



ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

**“RELACIÓN ENTRE LA CAPACITACIÓN BRINDADA AL PERSONAL DEL
ÁREA DE NEGOCIOS Y EL NIVEL DE COLOCACIONES DE CRÉDITOS EN
MIBANCO-AREQUIPA MATRIZ, PERIODO ABRIL 2015 - MARZO 2016”**

TESIS PRESENTADA POR:

JOSE ALONSO BENAVENTE VILLEGAS
FRANCO MEDINA ANGULO

ASESORIA:

MARLENE YANETH FERNÁNDEZ COLLADO

PARA OPTAR POR EL TITULO

PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS

Arequipa – 2017

RESUMEN

MIBANCO es uno de los bancos especializados prioritariamente en las micro finanzas más grande del Perú, luego de fusionarse con Financiera Edyficar, subsidiaria de Credicorp, esta adoptó y mejoró algunas políticas como la implementación de la escuela de formación de analistas.

La presente investigación pretende encontrar la relación entre los programas de capacitación empleados en el área de negocios de MIBANCO – Arequipa Matriz y el nivel de colocaciones de créditos alcanzado por ellos en el último año, ya que mediante la capacitación una organización busca brindar y potencializar en sus trabajadores: conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes necesarias para desempeñar mejor su labor diaria.

Para la investigación se estudió a la agencia Arequipa – Matriz ya que es la más grande y productiva en la ciudad. Gracias a la data brindada por la misma agencia de Mibanco se ha podido realizar con mejor precisión la investigación, ya que se analiza las colocaciones por asesor, sus notas, sus horas capacitadas acumuladas además de conocer también el contenido de los cursos que les son impartidos.

En la investigación se ha podido encontrar que existe una relación entre la capacitación brindada a los trabajadores y el nivel de colocaciones que han tenido dentro de la agencia.

Palabras claves: Colocaciones, capacitación, inducción, entrenamiento, MYPES.

ABSTRACT

MIBANCO is the biggest bank specialized in microfinance in Peru, after merging with Financiera Edyficar, a subsidiary of Credicorp, it adopted and improved some policies such as the implementation of the training school for analysts.

The present research aims to find the relation between the training programs used in the business area of MIBANCO - Arequipa Matriz and the level of credit achieved by them in the last year, this because with training an organization hope to provide and improve in its workers: knowledge, skills and attitudes necessities in the daily work.

For this investigation the Arequipa - Matriz agency was studied due to it is the biggest and most productive in the city. Thanks to the data provided by the same agency of Mibanco, we have been able to research with a better precision, as a result we could analyze the credit by consultant, their notes, and their accumulated training hours and also know the content of the courses that are taught.

The research has found that there is a relationship between the training provided to workers and the level of credit that they have had within the agency.

Keywords: Credit, training, induction, coaching, MYPES.

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL	4
ÍNDICE DE TABLAS, ILUSTRACIONES Y ANEXOS	6
INTRODUCCIÓN.....	8
CAPÍTULO 1 - PLANTEAMIENTO TEÓRICO.....	10
1. Descripción del problema:	10
2. Formulación Del Problema	11
3. Sistematización del problema:	11
4. Objetivos	11
4.1. Objetivo General:	11
4.2. Objetivos Específicos:	11
5. Justificación de la investigación:	12
5.1. Justificación Teórica	12
5.2. Justificación Práctica	12
5.3. Justificación Metodológica:.....	13
5.4. Justificación personal	13
6. Delimitación del estudio	14
6.1. Espacial:.....	14
6.2. Temporal:.....	14
6.3. Temática	14
7. Hipótesis:	15
7.1. Hipótesis General	15
7.2. Hipótesis Específicas	15
CAPÍTULO 2 - MARCO DE REFERENCIA	16
1. Antecedentes de la investigación:.....	16
1.1. Nacionales:	16
1.2. Internacionales:.....	17
2. Marco conceptual:	19
3. Marco teórico:.....	21
3.1. Recursos humanos:.....	21
3.2. Motivación.....	21
3.3. Productividad:.....	25

3.4. Capacitación:.....	26
3.5. MYPES:.....	37
3.6. MIBANCO:	40
4. Historicidad de las variables	51
5. Operacionalización de variables:.....	53
CAPÍTULO 3 - PLANTEAMIENTO OPERACIONAL	54
1. Tipo de investigación:	54
2. Diseño de investigación:.....	54
3. Métodos de investigación:	54
4. Técnicas e Instrumentos.....	55
5. Fuentes de recopilación:.....	55
6. Universo y Muestra:	55
7. Estrategias para el manejo de resultados:.....	56
CAPÍTULO 4 – ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	57
1. ¿Cuántas horas duro tu proceso de inducción en la institución?.....	57
2. ¿Cuáles fueron los temas que se trataron dentro de la inducción?	59
3. ¿Cuál fue tu promedio de notas en la inducción brindada por Mibanco?	61
4. ¿Cuántas horas de capacitación llevas acumuladas en Mibanco a Marzo del 2016?	62
5. ¿Cuáles fueron los temas que se trataron en las capacitaciones con más ahínco?	71
6. ¿Cuál fue tu promedio de notas en la capacitación brindada en Mibanco?	73
7. ¿En promedio cuántas colocaciones pusiste en el periodo de Abril 2015 – Marzo 2016?	74
8. Características de los trabajadores de Mibanco	77
9. Relación entre variables:	78
CAPÍTULO 5 - CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	86
BIBLIOGRAFÍA.....	88
ANEXOS.....	90

ÍNDICE DE TABLAS, ILUSTRACIONES Y ANEXOS

ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1: Ubicación de MIBANCO – Arequipa Matriz	14
ILUSTRACIÓN 2: Pirámide de Maslow	22
ILUSTRACIÓN 3: Sistemas de capacitación y desarrollo	32
ILUSTRACIÓN 4: Sistema de evaluación de capacitación	36
ILUSTRACIÓN 5: Producto Bruto Interno (PBI) 2006-2015.....	39
ILUSTRACIÓN 6: Índice de Precios al Consumidor.....	40
ILUSTRACIÓN 7: Flujo de Proceso de Crédito de MIBANCO.....	47
ILUSTRACIÓN 8: Nivel de Colocaciones de MIBANCO.....	51
ILUSTRACIÓN 9: Monto desembolsado por asesor	52
ILUSTRACIÓN 10: Periodo – Horas de inducción.....	58
ILUSTRACIÓN 11: Horas de capacitación por Mes	64
ILUSTRACIÓN 12: Promedio de Horas de capacitación acumulada.....	65
ILUSTRACIÓN 13: Promedio de colocaciones por Mes.....	74
ILUSTRACIÓN 14: Cantidad de colocaciones por Mes.....	76

TABLAS

TABLA 1: Accionariado MIBANCO	42
TABLA 2: Operacionalización de variables.....	53
TABLA 3: Técnicas e instrumentos.....	55
TABLA 4: Periodo – Horas de inducción.....	57
TABLA 5: Cursos escuela de Microfinanzas	59
TABLA 6: Cursos Inducción	60
TABLA 7: Promedio de Notas inducción.....	61
TABLA 8: Horas de capacitación por Mes	63
TABLA 9: Promedio de Horas de capacitación acumulada.....	65
TABLA 10: Temas regulares en las capacitaciones.....	72
TABLA 11: Promedio de notas Capacitación	73
TABLA 12: Promedio de colocaciones por Mes.....	74
TABLA 13: Cantidad de colocaciones por Mes.....	75
TABLA 14: Características de los trabajadores	77
TABLA 15: Modelo de regresión lineal, Variable independiente Colocaciones	78
TABLA 16: Modelo de regresión lineal robusto, Variable independiente Colocaciones.....	80
TABLA 17: Modelo de regresión lineal, Variable independiente Monto.....	82
TABLA 18; Modelo de regresión Panel Data, Variable independiente Colocaciones.....	85
TABLA 19: Plan de recolección.....	93
TABLA 20: Elementos del Plan	93

ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de recojo de datos.....	91
ANEXO 2: Plan de recolección de datos.....	93

INTRODUCCIÓN

En la presente Investigación que se realizó sobre la “Relación entre la capacitación brindada al personal del área de negocios y el nivel de colocaciones de créditos en MIBANCO – Arequipa Matriz, periodo Abril 2015 – Marzo 2016”, se pretende conocer la influencia que ejerció la aplicación de programas de capacitación en el nivel de colocaciones de crédito otorgados por el personal del área de negocios de la agencia. Esto fundamentado en que dicha agencia es considerada una de las agencias de MIBANCO más productivas en todo Arequipa.

De acuerdo a nuestra investigación, la capacitación está cambiando la forma de trabajo de las organizaciones, ya que tiene como finalidad ayudar a mejorar los procesos en forma continua, por lo tanto, las organizaciones que la implementan logran ventajas competitivas. Por los motivos expuestos anteriormente, es necesario conocer las influencias positivas que la capacitación puede tener en las organizaciones, sean estas instituciones financieras o de otra actividad, por lo que se considera que es un tema de importancia para la Administración y el área de Recursos Humanos.

En el PRIMER capítulo encontraremos el planteamiento teórico donde comenzamos a describir el problema de nuestra investigación, aquello que queremos investigar y sus delimitaciones.

Para el SEGUNDO capítulo el marco de referencia citamos distintos autores, se contrasta las distintas teorías que existen acerca de un mismo tema, se trata de hallar teóricamente aquella relación que existe entre la capacitación y el nivel de colocaciones. Se realiza mucho énfasis sobre todo en la capacitación y la gestión del capital humano.

Para el TERCER capítulo planteamiento operacional se darán los parámetros a la investigación, además de describir la forma en la cual se quiere probar la hipótesis. Como las fuentes, las técnicas que se aplicarán, el universo, etc.

En el CUARTO capítulo se comienza a poner a prueba la hipótesis que se planteó al principio de la investigación. Se mostraran los resultados obtenidos en el orden que nos dice la matriz de recojo de datos planteada y que se encuentran en los anexos. Además estos resultados son obtenidos de la base de datos brindada por la agencia de MIBANCO.

Finalmente para el QUINTO capítulo luego de un análisis con los resultados obtenidos, se plantearán las conclusiones de nuestro trabajo.

CAPÍTULO 1 - PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1. Descripción del problema:

La presente investigación pretende encontrar la relación entre los programas de capacitación empleados en el área de negocios de MIBANCO – Arequipa Matriz y el nivel de colocaciones de créditos alcanzado por ellos en el último año, ya que mediante la capacitación una organización busca brindar y potencializar en sus trabajadores: conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes necesarias para desempeñar mejor su labor diaria.

En el mercado financiero no basta con diseñar buenos productos, también es fundamental seleccionar eficazmente a los clientes, sus límites crediticios, los plazos de pago, así como gestionar correctamente las cobranzas. Por esto es esencial capacitar al trabajador que se encarga de dar créditos, para que pueda cumplir sus funciones correctamente y de esta manera, no solo se verá beneficiada la organización para la cual trabaja, sino también el cliente. (Lefcovic, 2002). Sin embargo en la presente investigación solo se tratará de encontrar la relación entre las capacitaciones y colocaciones que se realicen, ya que una parte fundamental de la capacitación es fortalecer las habilidades comerciales de los colaboradores debido que aquí se encuentra el primer contacto que se tiene con los potenciales clientes y de esto dependerá una relación duradera futura.

Las buenas políticas y programas de capacitación empleadas durante los últimos años en el área de negocios de MIBANCO, tienen como objetivo mejorar el trabajo y la realización de las funciones de los trabajadores de esta área. Es por estos motivos que se pregunta ¿Existe relación entre las capacitaciones brindadas a sus trabajadores y los niveles de colocaciones de créditos que ellos alcanzan?

2. Formulación Del Problema

Por todo lo expuesto anteriormente, en la presente investigación interesa responder la siguiente interrogante:

¿Existe una relación entre la capacitación brindada al personal del área de negocios y el nivel de colocaciones de créditos en MIBANCO Agencia– Arequipa Matriz de Abril 2015 a Marzo 2016?

3. Sistematización del problema:

- ¿Cómo se realiza el proceso de inducción del personal correspondiente al área de negocios de MIBANCO agencia Arequipa – Matriz dentro del periodo Abril 2015 - Marzo 2016?
- ¿Cómo son los programas de capacitación brindados al área de negocios de MIBANCO agencia Arequipa – Matriz dentro del periodo Abril 2015 - Marzo 2016?
- ¿Cuáles son las características que tienen los trabajadores de MIBANCO agencia Arequipa – Matriz dentro del periodo Abril 2015 - Marzo 2016?
- ¿Cómo es el nivel de colocaciones de créditos en los años Abril 2015– Marzo 2016 en la agencia de MIBANCO agencia Arequipa – Matriz?

4. Objetivos

4.1. Objetivo General:

Determinar la relación existente entre la capacitación brindada a los trabajadores del área de negocios y el nivel de colocaciones de créditos en MIBANCO – Arequipa Matriz, periodo Abril 2015 – Marzo 2016.

4.2. Objetivos Específicos:

- Conocer los procesos de inducción del personal correspondiente al área de negocios de MIBANCO agencia Arequipa – Matriz dentro del periodo Abril 2015 - Marzo 2016

- Conocer los programas de capacitación brindados al área de negocios de MIBANCO agencia Arequipa – Matriz dentro del periodo Abril 2015 - Marzo 2016
- Analizar y describir las características de los trabajadores de MIBANCO agencia Arequipa – Matriz dentro del periodo Abril 2015 - Marzo 2016.
- Analizar el nivel de colocaciones de créditos en MIBANCO agencia Arequipa – Matriz dentro del periodo Abril 2015 - Marzo 2016.

5. Justificación de la investigación:

5.1. Justificación Teórica

La motivación de la presente investigación, se evidencia por la necesidad de conocer los beneficios que genera un adecuado manejo y aplicación de programas de capacitación así como contrastar la teoría existente acerca de la importancia de la capacitación en las organizaciones financieras; sobre todo en un mundo globalizado donde cada día se debe ser más competitivo, teniendo como objetivo alcanzar una mayor productividad.

5.2. Justificación Práctica

Hoy en día por temas como la globalización las organizaciones enfrentan múltiples retos y amenazas a su eficacia y eficiencia y por consiguiente, a su productividad. Igualmente se enfrentan a los retos de una creciente competencia y las demandas cambiantes del mercado. Por lo expuesto, mantener las organizaciones saludables y viables en el mundo actual es una tarea dura, en especial para el área de recursos humanos la cual se encarga de capacitar al personal y así poder hacer frente a todos estos retos.

Por tal razón, en esta investigación se tratará de detallar como son las capacitaciones brindadas al área de negocios de MIBANCO, para saber si existe o no alguna relación con el nivel de colocaciones de créditos en los últimos dos años. Así mismo los resultados de la investigación permitirán darse cuenta de las fallas existentes en los programas de

capacitación brindada al área de negocios de las agencias y poder corregirlas y mejorar dichos programas, además de conocer cuáles son los elementos o factores que se debería tomar en cuenta para alcanzar las metas, que en este caso sería lograr un alto nivel de colocaciones de créditos a nivel de la Región Arequipa

5.3. Justificación Metodológica:

Para lograr los objetivos planteados de la presente investigación, se acudirá al empleo de algunas encuestas referidas a las capacitaciones empleadas en la Organización Financiera, y cuál es el punto de vista de los trabajadores frente a ellas. Conjuntamente se procesarán los datos obtenidos a través de métodos estadísticos que me permitirán tener una mejor visión de los resultados conseguidos.

Además de lo mencionado anteriormente se analizarán los cambios, que según los administradores, ejecutivos y altos funcionarios, han tenido los trabajadores del área de negocios de MIBANCO, luego de varias capacitaciones, y la relación que éstas puedan tener con un aumento en las colocaciones, de manera que los resultados de esta investigación se basen en situaciones reales.

5.4. Justificación personal

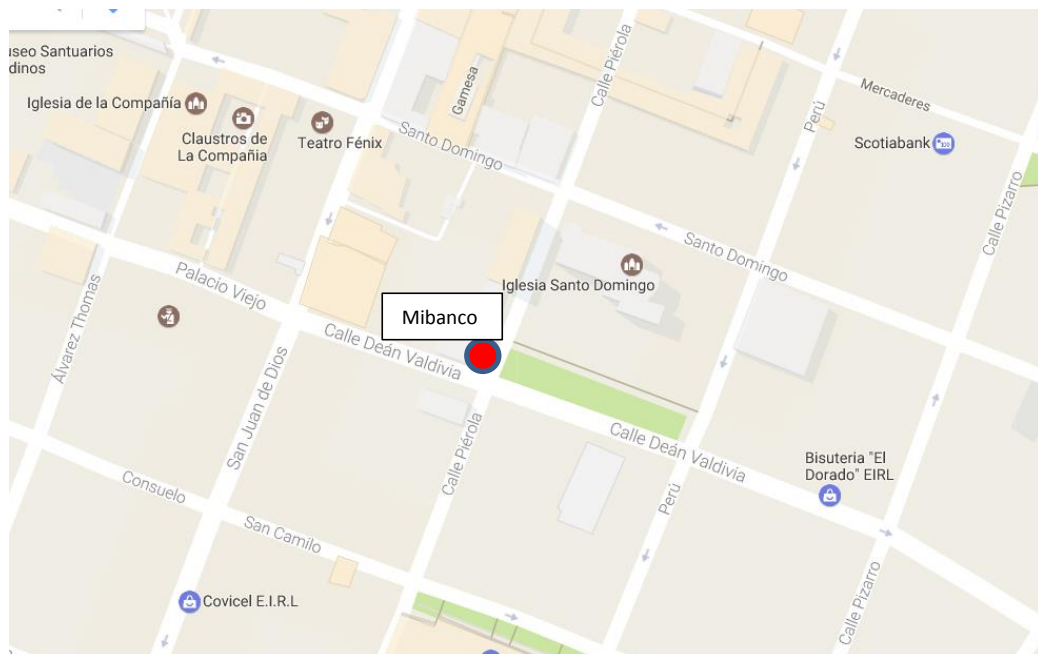
La presente investigación surgió por la necesidad de hacer una contribución a la sociedad en el ámbito financiero que es una industria clave en el desarrollo actual de la economía peruana, busca aportar conocimiento al área de negocios de las empresas financieras a fin de que puedan desempeñar sus funciones de forma más eficiente centrando sus esfuerzos en mejorar su principal factor de éxito: el capital humano.

6. Delimitación del estudio

6.1. Espacial:

El presente trabajo se realizará en el área de negocios de MIBANCO en la agencia Arequipa – Matriz.

ILUSTRACIÓN 1: Ubicación de MIBANCO – Arequipa Matriz



Fuente: Google maps, Elaboración: Propia

6.2. Temporal:

Los programas de capacitación que se impartieron al área de negocios en MIBANCO Agencia – Arequipa- Matriz en el periodo comprendido entre Abril 2015 a Marzo 2016, debido a que se está tomando en cuenta a partir de la fusión con Financiera Edyficar hasta el cierre de la agencia por motivos de costos operacionales ajenos al giro del negocio.

6.3. Temática

- **Área:** Ciencias Sociales – Administrativas.

- **Campo:** El estudio se desarrollará en el campo de la administración del talento humano (RRHH).
- **Línea de investigación:** Capacitación de personal

7. Hipótesis:

7.1. Hipótesis General

Existe la probabilidad de una relación positiva entre la capacitación brindada al personal del área de negocios y el nivel de colocaciones de créditos en MIBANCO agencia Arequipa – Matriz, en el periodo ABRIL 2015 – MARZO 2016.

7.2. Hipótesis Específicas

- Los procesos de inducción al personal son considerados como una capacitación por parte MIBANCO- agencia Arequipa-matriz periodo Abril 2015 - Marzo 2016.
- Hay programas de capacitación específicos para el área de negocios por parte de la empresa MIBANCO-agencia Arequipa-matriz periodo Abril 2015 - Marzo 2016.
- Las características como nivel educativo, edad o sexo afectan significativamente de manera directa al nivel de colocaciones de los trabajadores de Mibanco agencia Arequipa-matriz periodo Abril 2015 - Marzo 2016.
- El nivel de colocaciones de créditos a la micro y pequeña empresa ha aumentado en el último año en forma proporcional y directa a la calidad de las capacitaciones en Mibanco agencia Arequipa-matriz periodo Abril 2015 - Marzo 2016.

CAPÍTULO 2 - MARCO DE REFERENCIA

1. Antecedentes de la investigación:

1.1. Nacionales:

Aquí podemos encontrar distintos antecedentes nacionales de diversas universidades por todo el país.

La tesis “Capacitación a vendedores de empresas distribuidoras de consumo masivo en Lima y su impacto en las ventas” cuyo autor es Julio Osaki Astoraime en el 2013 pertenece a la Pontificia Universidad Católica del Perú. Los objetivos de esta tesis fueron principalmente responder a la pregunta de investigación de cómo impacta la capacitación en las ventas en empresas distribuidoras de consumo masivo; la muestra sobre la que se realizó el estudio está compuesta por sujetos tipo, los cuales fueron contactados para cubrir la investigación requerida, para el proceso y obtención de dicha información se utilizaron herramientas como elaboración de mapa conceptual, capacitaciones, entrevistas, análisis de ventas. Finalmente los resultados obtenidos fueron que efectivamente existe una fuerte relación entre estas variables, sin embargo hay otros elementos que afectan a las ventas

La tesis “Relevancia de una capacitación estructurada-Xstrata Perú” cuyo autor es Jaime Bedora Cameye en el 2007 pertenece a la Pontificia Universidad Católica del Perú. Los objetivos de esta tesis fueron principalmente lograr la Gestión automatizada de capacitaciones; la muestra sobre la que se realizó el estudio fue Xstrata Perú, para el proceso y obtención de dicha información se utilizaron herramientas como capacitaciones y entrevistas. Finalmente los resultados obtenidos fueron que se diseñó un buen modelo basado en la conclusión que la capacitación es fundamental para el desenvolvimiento efectivo en las labores diarias

La tesis “Propuesta de un sistema integral de capacitación y/o formación enfocado en temas de liderazgo e identificación de puestos

potenciales en una empresa cementera mediante herramientas de mejora continua” cuyo autor es Breny Falconi Huamán en el 2010, pertenece a la Universidad Peruana de Ciencias. Los objetivos de esta tesis fueron principalmente la creación de sistemas de capacitación enfocados en liderazgo; la muestra sobre la que se realizó el estudio fue una reconocida cementera, para el proceso y obtención de dicha información se utilizaron herramientas como capacitaciones y entrevistas. Finalmente como resultados se implementaron diversos sistemas de inducción y capacitación mejorando la eficiencia.

1.2. Internacionales:

Para antecedentes internacionales no se ha podido encontrar tesis que hablen acerca de la relación entre la capacitación y las colocaciones, sin embargo se ha encontrado distintos libros y artículos los cuales serán presentados a continuación.

Un artículo de 8 páginas **“Productividad y capacitación”** (Servitje Sendra, 2005), Lorenzo Servitje Sendra precisa sobre los conceptos de productividad y capacitación que estos son dos temas estrechamente vinculados, ya que una buena capacitación se traducirá en una mayor productividad para la empresa. Pero dicho artículo no solo queda ahí, sino, que también nos habla sobre las posibles deficiencias en una capacitación explicando, el “¿Por qué?” esta capacitación a veces no logra traducirse en mayores ganancias y en una mayor eficiencia y desarrollo para la empresa.

En informe **“Evaluación del impacto en la capacitación de recursos Humanos”** (Rutty, 2007), nos habla sobre las dificultades en que incurren los capacitadores a la hora de evaluar los beneficios que traen las capacitaciones brindadas a los empleados de distintas organizaciones empresariales, y aunque esto es de mucho interés para los administradores, capacitadores, jefes de personal, entre otros; no es muy usual que se apliquen técnicas para poder determinar este impacto. Por lo cual la razón de ser de ese tema de investigación es elaborar una

metodología de evaluación de impacto de la capacitación, realizando un análisis comparativo desde la perspectiva de distintas experiencias.

Posteriormente encontramos diversos artículos como los realizados por Leonard Mertens, los cuales son complementarios entre si al igual que las investigaciones realizadas por Juan Chacaltana y Norberto García, estas investigaciones pertenecen a la oficina internacional de trabajo, oficina regional para américa latina y el caribe.

El libro **“Evaluación del impacto de la capacitación de la productividad”** (Soto, Valenzuela, & Vergara, 2003) también nos habla sobre la evaluación del impacto de la capacitación en la productividad de las empresas, esto a través de metodologías de validación internacional, tratando de responder básicamente a preguntas tales como ¿Se cumplieron los objetivos?, ¿Cuál fue la relación costo beneficio del programa?, ¿A qué se debieron los resultados logrados?, etc.

El libro **“Desarrollo del talento humano basado en competencias”** (Alles, 2008) nos habla de la capacitación y su relación con el comportamiento y competencias de los trabajadores, lo cual nos dice que la capacitación no alcanza el éxito esperado si solo se limita a transmitir conocimientos, ya que esto no es suficiente, hay que lograr que el trabajador modifique sus comportamientos (conductas, maneras de comportarse). Este libro también nos habla sobre los distintos estilos de aprendizaje, lo cual es base en la capacitación, ya que cada persona tiene una manera distinta de ver y aprender las cosas por lo cual hay que enfocarnos en sí el capacitado está recibiendo todos estos conocimiento, y quién los está transmitiendo.

2. Marco conceptual:

- **Colocaciones:** Préstamos realizados por una institución financiera. Comprende las cuentas que registran los préstamos por el dinero puesto a disposición de los clientes bajo distintas modalidades autorizadas, en función al giro especializado de cada entidad, provenientes de recursos propios, de los recibidos del público en depósito y de otras fuentes de financiamiento. (Banco Central de Reserva del Perú)
- **MYPE (Micro y Pequeña empresa):** Es la unidad económica que se encuentra constituida por una persona natural o jurídica bajo cualquier forma societaria, cuyo objetivo es desarrollar actividades de extracción, transformación, producción de bienes o prestación de servicios. (Ley general de sociedades)
 - La microempresa se caracteriza por tener ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
 - La pequeña empresa se caracteriza por tener ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1,700 UIT.
- **Área De Negocios:** Área encargada de la captación, colocación y asesoramiento de créditos. (Banco de Reserva del Perú, 2012)
- **Productividad:** Según la definición de Mibanco entiéndase productividad como el número de colocaciones que cada asesor realiza al mes.
- **Producto Bruto Interno (PBI):** Valor total de la producción corriente de bienes y servicios finales dentro de un país durante un periodo de tiempo determinado (en su mayoría un año). Incluye por lo tanto la producción generada por todos los residentes tanto nacionales como extranjeros de un país.

- **Comportamiento Organizacional:** Es el estudio de lo que las personas hacen en una organización, que distingue a las organizaciones unas de otras y que el objeto de dicho estudio es aplicar dicho conocimiento a mejorar la organización. Por lo que se debe tener en cuenta que cada persona es un fenómeno multidimensional sujeto a las influencias de diversas variables, tanto externas como internas y de estas depende el comportamiento humano. (Chiavenato, 2009)

3. Marco teórico:

3.1. Recursos humanos:

“Recursos humanos” se refiere a las personas que forman parte de las organizaciones y que desempeñan en ellas determinadas funciones. Las organizaciones necesitan a las personas para sus actividades y operaciones, de la misma manera que necesitan recursos financieros, materiales y tecnológicos. De ahí la denominación de recursos humanos para describir a las personas que trabajan en las organizaciones. (Chiavenato, 2009)

Las personas individualmente no pueden realizar todas las operaciones de la empresa, es por este motivo que a medida que las organizaciones crecen requieren un mayor número de personas y aumentan la complejidad de los recursos necesarios para su supervivencia y crecimiento. Las empresas constituyen un medio para lograr diversos objetivos personales con una inversión mínima de tiempo y esfuerzo, y con un mínimo de problemas. Además cuando existe personal entusiasta, motivado, capaz y deseoso de colaborar, la organización crecerá, por lo tanto el factor fundamental de toda organización es el Talento Humano del que se dispone. (Chiavenato, 2009)

3.2. Motivación

Se definirá a la motivación como la voluntad de ejercer altos niveles de esfuerzo orientados hacia las metas organizacionales, condicionadas por la habilidad del esfuerzo de satisfacer alguna necesidad individual.

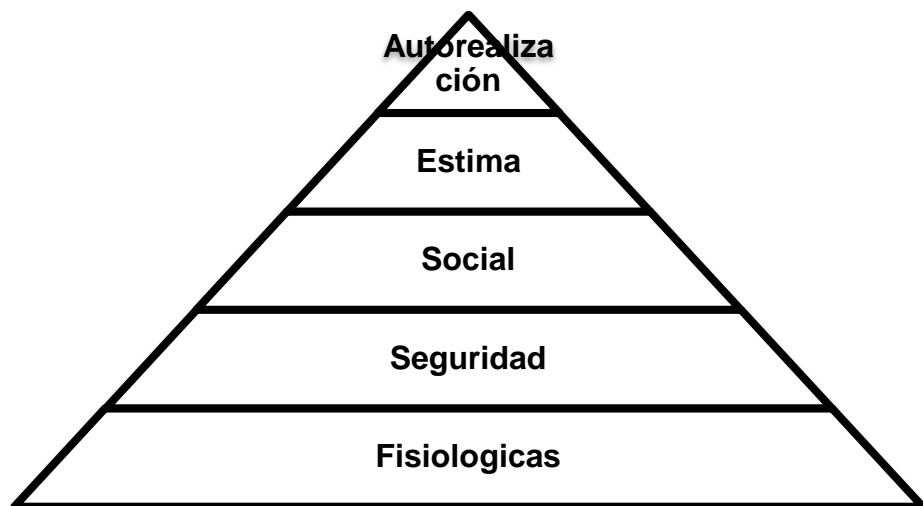
Las primeras teorías de la motivación aparecieron en los años 50. Son 3 las teorías específicas que se formularon durante este periodo, las cuales fueron duramente atacadas sin embargo todavía son las explicaciones mejor conocidas de la motivación del individuo. Estas teorías son: la teoría de la jerarquía de las necesidades, las teorías X e Y, y la teoría de la motivación – higiene. (Alles, 2008)

3.2.1. Teoría de la jerarquía de las necesidades

Teoría formulada por Abraham Maslow. Aquí se formula la hipótesis que dentro del ser humano existe una jerarquía de necesidades que el individuo ira satisfaciendo. Éstas son:

- a) **Fisiológicas:** Incluye el hambre, la sed, el refugio y otras necesidades físicas.
- b) **Seguridad:** Incluye la seguridad y la protección del daño físico y emocional.
- c) **Social:** Incluye el afecto, la pertenencia, la aceptación y la amistad.
- d) **Estima:** Incluye los factores de estima interna como el respeto a uno mismo, la autonomía y el logro, así como también los factores externos de estima como el estatus, el reconocimiento y la atención.
- e) **Autorrealización:** El impulso de convertirse en lo que es uno capaz de volverse. Incluye el crecimiento, el lograr el potencial individual, el hacer eficaz la satisfacción plena con uno mismo.

ILUSTRACIÓN 2: Pirámide de Maslow



Fuente: Idalberto Chiavenato, Elaboración: Propia

Conforme cada una de estas necesidades se satisface la siguiente se vuelve dominante. Desde el punto de vista de la motivación, la teoría diría que, aunque ninguna necesidad se satisface por completo; una necesidad relativamente satisfecha ya no motiva. Así que de acuerdo con Maslow, si quiere motivar a alguien, usted necesita entender en qué nivel de la jerarquía está actualmente esta persona, y enfocarse en satisfacer aquellas necesidades del nivel que esté inmediatamente arriba. (Alles, 2008)

Maslow dividió estas cinco necesidades en órdenes altos y bajos:

- Las necesidades fisiológicas y de seguridad se describieron como de orden bajo, ya que se satisfacen internamente (dentro de la persona)
- Y las necesidades sociales, estima y autorrealización se describieron de orden alto, ya que se satisfacen de manera externa (por cosas como el salario, contratos sindicales, antigüedad).

3.2.2. Teoría X y Teoría Y

Douglas McGregor estableció dos posiciones distintas de las personas:

- Una básicamente negativa, nombrada teoría X
- Otra básicamente positiva, nombrada teoría Y.

McGregor luego de analizar la forma en la cual los colaboradores eran tratados por los gerentes, se dio cuenta que los segundos moldeaban su comportamiento de acuerdo con estas suposiciones. (Alles, 2008)

De acuerdo con la **TEORÍA X**, las cuatro premisas adoptadas por los gerentes son:

- a) A los empleados les disgusta trabajar, y siempre que sea posible tratarán de evitarlo.
- b) Como les disgusta trabajar, deben ser controlados y amenazados con castigos para alcanzar las metas.
- c) Los empleados evitarán responsabilidades siempre que sea posible.
- d) Los trabajadores colocan la seguridad por encima de todos los demás factores asociados con el trabajo y mostrarán muy poca ambición.

A su vez y en contraste de esta teoría, McGregor formulo cuatro suposiciones positivas que llamó **TEORÍA Y**:

- a) Los empleados pueden percibir el trabajo tan natural como descansar o jugar.
- b) La gente ejercerá la autodirección y el autocontrol si están comprometidos con sus objetivos.
- c) Los colaboradores aceptan responsabilidades.
- d) Las decisiones innovadoras pueden ser tomadas en cualquier puesto jerárquico y no solo en puestos gerenciales.

3.2.3. Teoría de la Motivación – Higiene

El psicólogo Frederick Herzberg propuso la teoría de la motivación – higiene. Según plantea Herzberg la relación de un individuo con su trabajo es fundamental y el éxito o fracaso de él será determinada por su actitud. Herzberg investigó la pregunta “¿Qué quiere la gente de sus trabajos?” Y pidió a la gente que lo mencione aquellas situaciones en las cuales se sentía muy bien como aquellas con las cuales se sentía mal con su trabajo.

De las respuestas Herzberg concluyó que los factores intrínsecos, como el logro, el reconocimiento, el trabajo en sí mismo, la responsabilidad y el crecimiento parecían estar relacionados con la satisfacción en el trabajo. Por otro lado cuando los colaboradores no estaban satisfechos citaban aquellos factores extrínsecos, como la política de la compañía y la administración, la supervisión, las relaciones interpersonales, las condiciones de trabajo y el salario. A este tipo de enunciados se les llamó factores de higiene. Cuando éstos son adecuados, la gente no estará insatisfecha; sin embargo, tampoco estará satisfecha. Si queremos motivar a la gente en su trabajo, Herzberg sugiere enfatizar el logro, el reconocimiento, el trabajo en sí mismo, la responsabilidad y el crecimiento. Éstas son las características que la gente encuentra intrínsecamente recompensantes. (Alles, 2008)

3.3. Productividad:

Una organización es productiva si logra sus metas y si lo hace con el menor costo. Para poder comprender el significado de productividad primero debemos conocer los siguientes términos:

- Eficacia: Una compañía será eficaz si cumple exitosamente las necesidades de sus clientes.
- Eficiencia Una compañía será eficiente cuando cubra las necesidades de los clientes a un bajo costo.

La productividad implica medición, la que a su vez es un paso esencial del proceso de control. Aunque se reconoce una gran necesidad por mejorar la productividad no se estudian las causas fundamentales del problema y su solución. La culpa ha sido atribuida a varios factores, sin embargo, la atención se centra cada vez más en la administración como causa del problema, lo mismo que la solución. (Alles, 2008).

Se puede decir que entre los factores que más contribuyen a la productividad se cuentan la investigación y el desarrollo tecnológico, la mejor organización de los procesos productivos, el desarrollo de las habilidades físicas y mentales de la fuerza de trabajo por medio de la capacitación y el adiestramiento, y finalmente, la administración. (Servitje Sendra, 2005)

3.4. Capacitación:

Para poder comprender mejor lo que es la capacitación, primero hay que conocer los siguientes conceptos:

3.4.1. Conocimiento

El término epistemología (teoría del conocimiento) proviene, de la palabra griega *episteme*, que significa "verdad, absolutamente cierta". En nuestra lengua, la palabra conocimiento puede tener varios significados: información, conciencia, saber, cognición, sapiencia, percepción, ciencia, experiencia, calificación, discernimiento, competencia, habilidad práctica, capacidad, aprendizaje, sabiduría, certeza, etc. La definición depende del contexto en que se emplee el término. (Chiavenato, 2009)

3.4.2. Competencia:

Como la palabra "conocimiento" puede adoptar distintos significados dependiendo del contexto, su uso se encuentra en una etapa de adopción por parte de las organizaciones y está generando una nueva teoría administrativa. Muchos autores continúan utilizando el concepto de competencia, la cual está formada por cinco elementos que dependen entre sí. (Chiavenato, 2009)

- **Conocimiento explícito:** Es el conocimiento de la realidad. Se adquiere por medio de información, normalmente mediante una educación formal.
- **Habilidad:** Es el arte de saber hacer. Implica destacar en alguna práctica tanto física como mental y se adquiere principalmente con entrenamiento.
- **Experiencia:** Se adquiere mediante la reflexión de los errores y éxitos pasados.
- **Juicios de valor:** Son percepciones individuales sobre aquello que se considera cierto. Actúan como filtros conscientes e inconscientes en el proceso personal de saber.
- **Red social:** Está formada por las relaciones del individuo con otras personas dentro de un ambiente y una cultura que se transmite por tradición.

3.4.3. Administración del conocimiento:

Se ha observado que la administración del conocimiento contiene distintos procesos que no pueden ser controlados y que pueden inhibidos por una administración muy rígida. La administración del conocimiento aún enfrenta distintas barreras:

- Barreras individuales para la creación del conocimiento (creencias personales, procesos de asimilación y adaptación).
- Barreras organizacionales (el lenguaje, las historias y los mitos de la empresa, los procedimientos y los paradigmas de la organización).

Para superar esas limitaciones, la Administración del Conocimiento empezó a hacer más hincapié a aquellos procesos que afectan de manera positiva la creación del conocimiento. Así, la creación y la utilización del conocimiento

en las empresas es un medio para alcanzar **la ventaja competitiva**. Los cinco capacitadores que facilitan la creación de conocimiento son:(Chiavenato, 2009)

- 1) Inculcar la idea del conocimiento con visión y hacer mapas:
 - a) Del mundo en que viven las personas.
 - b) Del mundo en que deben vivir.
 - c) Del conocimiento que deben buscar y crear.
- 2) Administrar las conversaciones entre las personas para estimular la participación activa, las reglas de etiqueta y fomentar un lenguaje innovador por medio de cinco principios: compartir el conocimiento tácito, crear conceptos, justificar los conceptos, construir prototipos y nivelar el conocimiento.
- 3) Movilizar a los activistas del conocimiento, que deben ser los catalizadores de la creación del conocimiento, los coordinadores de iniciativas para la creación de conocimientos y los vendedores de pronósticos.
- 4) Crear el contexto adecuado para la creación de conocimiento, con buen diseño y cultura organizacional y espacios para compartir conocimientos.
- 5) Globalizar el conocimiento local.

3.4.4. Aprendizaje

a) Definición

"El aprendizaje es el proceso a través del cual se adquieren o modifican habilidades, destrezas, conocimientos, conductas o valores como resultado del estudio, la experiencia, la instrucción, el razonamiento y la observación." (Alles, 2008)

Este proceso puede ser analizado desde distintas teorías. El aprendizaje es una de las funciones mentales más importantes en humanos, animales y sistemas artificiales. (Alles, 2008)

b) Estilos de aprendizaje

Cada persona tiene un estilo particular de aprendizaje. Estos "estilos cognitivos" son formas en las cuales uno trata la información disponible, incluidos sus retornos

El aprendizaje es distinto en cada persona, tiene características individuales que determinarán la forma en que cada uno recepciona la información, organiza nuevos datos y, por lo tanto, construye nuevas competencias.

El aprendizaje es determinado a la vez por los atributos intelectuales propios. Los procesos son muy importantes porque cada uno aprende mejor cuando la actividad pedagógica corresponde a su propio estilo de aprendizaje, a la manera en la cual cada uno percibe y trata la información. (Alles, 2008)

David A. Kolb distingue cuatro estilos de aprendizaje.

- **Los divergentes:** Asocian una percepción concreta de las experiencias y una preferencia por transformarlas mediante la reflexión.
- **Los asimiladores:** Se ponen en contacto con la realidad de manera abstracta y la tratan mediante la reflexión.
- **Los convergentes:** Combinan comprensión abstracta y experimentación activa.
- **Los acomodadores:** Se caracterizan por el contacto abstracto y la elaboración activa.

Un entrenamiento basado en competencias y actividades para el desarrollo debe incluir: (Spencer & Spencer, 2003)

- Programas formales de capacitación
- Centros de desarrollo para el feedback (retroalimentación)
- Guías para el autodesarrollo
- Videos y programas de computación para la autocapacitación

- Asignaciones especiales (tareas o proyectos)
- Programas de tutoría (mentoring)
- Una cultura organizacional que fomente el incremento de las competencias.

"La experiencia misma no basta para construir competencias y justificar el papel de las condiciones empresariales y de las diferencias individuales". (Alles, 2008)

Para comprender el concepto aprendizaje además es necesario conocer los siguientes conceptos:

- **Conceptualización abstracta:** Una nueva teoría, idea o serie de instrucciones "how to" (cómo hacer para...).
- **Experimentación activa:** Que el individuo realice la teoría abstracta, idea o instrucciones para hacer algo.
- **Experiencia concreta:** Retroalimentación sobre los efectos de los comportamientos de una experiencia en particular.
- **Observación reflexiva:** Pensar acerca de lo sucedido, llegando quizá a modificar teorías personales o ideas sobre cómo comportarse en el futuro.

El aprendizaje en adulto es mucho más eficiente si los cuatro elementos antes mencionados se conectan (actuando unos sobre otros).

3.4.5. Capacitación:

Se entiende por capacitación a aquellas actividades de formación estructuradas, generalmente bajo la forma de un curso, con fechas y horarios conocidos y objetivos predeterminados. Por lo tanto, debe constituir una transmisión de conocimientos y/o competencias:(Alles, 2008)

- Organizada.
- Planificada.
- Evaluable.

3.4.5.1. Beneficios de la capacitación:

Los beneficios de la capacitación son: (Alles, 2008)

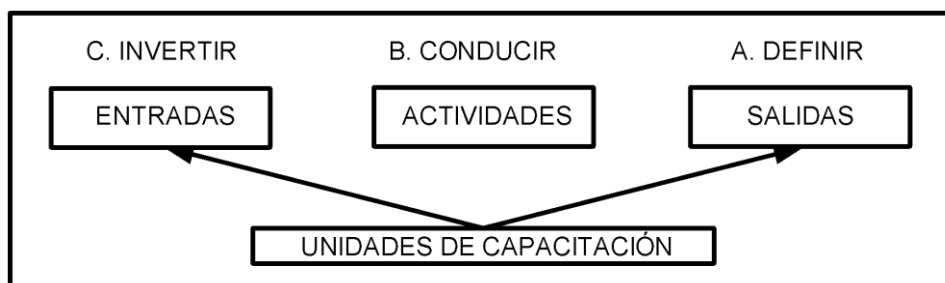
- Aumenta el valor de las empresas por medio de mejores resultados económicos.
- Ayuda a solidificar el conocimiento de tareas, procesos y funciones en todos los niveles.
- Mejora el clima organizacional.
- Aumenta la satisfacción de las personas
- Ayuda al compromiso del personal con la empresa.
- Mejora la relación jefe – subordinado.
- Brinda una visión respecto de las necesidades futuras de la empresa en todos los niveles.
- La toma de decisiones y solución de problemas se realizan con mayor rapidez.
- Existe una mejora significativa en la productividad y el trabajo.
- Mayor comunicación en todos los niveles de la organización.
- Ayuda a los colaboradores en la toma de decisiones y solución de problemas.
- Contribuye positivamente en el manejo de conflictos y tensiones.
- Sube el nivel de satisfacción con el puesto.
- Permite el logro de metas individuales.
- Mejora la comunicación entre grupos y entre individuos.
- Ayuda en la orientación de nuevos empleados.
- Hace viables las políticas de la organización.
- Alienta la compenetración de los grupos.
- Proporciona un ambiente adecuado para el aprendizaje.
- Convierte a la empresa en un entorno de mejor calidad para trabajar y vivir en ella.

3.4.5.2. Sistema de Capacitación y Desarrollo

Todos los involucrados en el proceso de aprendizaje (gerentes, jefes directos y trabajadores) deben evaluar las necesidades, objetivos, contenidos y principios de Aprendizaje que se relacionan con la capacitación.

El encargado de la capacitación deberá evaluar las necesidades tanto de los colaboradores como de la organización para poder llegar a objetivos comunes entre las dos partes. Una vez determinados los objetivos se deberán examinar los contenidos específicos. Ya sea que las capacitaciones sean realizadas interna o externamente por los especialistas,; estos serán los pasos a seguir para poder crear un programa efectivo. (Alles, 2008)

ILUSTRACIÓN 3: Sistemas de capacitación y desarrollo



Fuente: Martha Alles, Elaboración: Martha Alles

3.4.5.3. Ciclo de Capacitación:

a) Detección de necesidades de capacitación:

El diagnóstico de las necesidades de capacitación es el primer paso en el proceso de capacitación, lo cual es necesario para que la empresa no corra el riesgo de equivocarse al ofrecer una capacitación inadecuada, lo cual redundaría en gastos innecesarios.

Para la detección de las necesidades de capacitación se deben realizar análisis a los tres niveles organizacionales que se señalan a continuación (Chiavenato, 2007):

- Análisis en toda la organización: se analiza a toda la compañía para determinar en qué área se debe llevar a cabo la capacitación. Tomándose en cuenta las metas organizacionales.
- Análisis de tareas y procesos: se analiza la importancia y rendimiento de las tareas del personal que va a incorporarse en las capacitaciones, los procesos de trabajo, las condiciones de operación, entre otras.
- Análisis de la persona: dirigida a los empleados individuales, cuestionando, ¿a quién se necesita capacitar? y ¿qué clase de capacitación se necesita? Hay que comparar el desempeño del empleado contra los estándares establecidos.

b) Diseño de un programa de capacitación:

Es necesario que todas las áreas y sobre todo la alta dirección puede participar activamente en la planeación del programa de capacitación. Para el diseño de la capacitación se deben de seguir las siguientes actividades (Chiavenato, 2007):

- Definir y establecer el objetivo general del curso
- Desarrollar un plan general del curso
- Delimitar objetivos específicos para cada sesión
- Determinar la metodología o técnicas didácticas a utilizar
- Desarrollar las unidades, temas y subtemas que comprenderá el curso
- Determinar los requerimientos de recursos.

c) Objetivos de capacitación:

Los principales objetivos a los que debería estar enfocada la capacitación son (Chiavenato, 2007):

- La preparación de los colaboradores para realizar diversas tareas del puesto
- Brindar oportunidades de desarrollo profesional, como tareas más desafiantes y ascensos
- Producir un cambio en la actitud de las personas, orientado a crear un mejor clima organizacional o para aumentarles la motivación y volverlas más abiertas a las nuevas tendencias de la administración

d) Ejecución de la capacitación:

Una vez detectadas las necesidades de capacitación, desarrollados los cursos y elaborados los programas, se procede a impartir los cursos

Algunas de las actividades que se realizan cuando se imparte un curso de capacitación en una empresa son:

- Decidir a quién contratar como capacitador
- Preparar el material didáctico
- Disponer del equipo necesario.
- Acondicionar el lugar en donde se impartirá el curso
- Declarar el inicio del evento
- Supervisar la evolución del curso para corregir inconvenientes y errores.
- Realizar las respectivas evaluaciones.
- Entregar las constancias de participación
- Cerrar el evento
- Realizar los registros estadísticos
- Generar los reportes de los resultados obtenidos

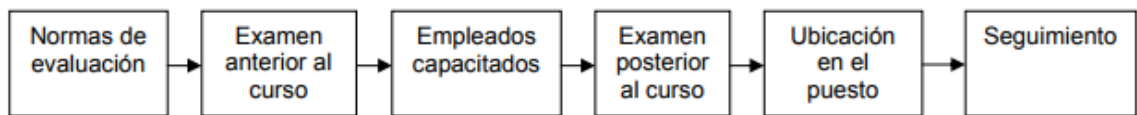
e) Evaluación de resultados de la capacitación:

A fin de comprobar si el programa de capacitación fue exitoso, los encargados deben de hacer énfasis en la evaluación sistemática de la actividad. La evaluación es “la forma en que se puede medir la eficacia y resultados de un programa educativo y de la labor de un instructor, para obtener la información que permita mejorar habilidades y corregir eventuales errores” (Siliceo Aguilar, 2007).

Para formular un correcto sistema de capacitación se deberá: (Werther y Davis, 1998)

- Primero establecer normas o estándares esperados
- Que se verifique el nivel de conocimientos de los capacitandos antes de tomar la capacitación
- Realizar una segunda evaluación al término de ésta para verificar si hubo algún cambio en el nivel de conocimientos
- Monitorear si los conocimientos o habilidades adquiridos hacen alguna diferencia en las labores diarias de los capacitados. Es por esto que “algunos de los criterios que se emplean para evaluar la efectividad del entrenamiento son: incremento en la productividad, total de ventas, disminución de los costos y el desperdicio y evidencias similares de un mejor desempeño.

ILUSTRACIÓN 4: Sistema de evaluación de capacitación



Fuente: Werther, Jr., William B. y Davis, Keith,

Elaboración: Werther, Jr., William B. y Davis, Keith

3.4.6. Definición de colocación:

Según (Santos, 2001) las colocaciones bancarias son los créditos o préstamos que las instituciones bancarias brindan a sus clientes con ciertas cláusulas. El autor también especifica que existen tipos de colocaciones.

Como:

- **Préstamos:** Son los créditos cotidianos por el cual el banco le brinda dinero al cliente con una fecha de pago e intereses previamente acordados.
- **Descuentos:** A diferencia del primero aquí los intereses se pagan al principio y el capital al final.
- **Arrendamiento financiero:** El banco adquiere un bien y se lo alquila al cliente, al finalizar este tiene una opción de compra fijada en el contrato.
- **Otros:** Aquí el autor considere las reprogramaciones los financiamientos, créditos vencidos, etc.

3.5. MYPES:

Se denomina MYPES (micro y pequeñas empresas) a la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que tiene como objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Estas empresas, a pesar de ser menores en tamaño y volumen de producción, tienen el mismo fundamento y tratamiento legal que las grandes empresas, con excepción del régimen laboral, que es de aplicación especial para las microempresas. (Valda, 2010)

3.5.1. Características de las MYPES

- a) Respecto del número total de trabajadores:
 - La microempresa tiene de 1 a 10 trabajadores, inclusive.
 - La pequeña empresa, de 1 a 50 trabajadores, inclusive.
- b) Por sus niveles de ventas anuales:
 - La microempresa: Hasta por un monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT = S/.3950).
 - La pequeña empresa: Desde 150 UIT hasta 850 UIT.
 -

3.5.2. Importancia de las MYPES en la economía del país

La micro y pequeña empresa en el Perú representa un importante sector de la economía. Se estima que contribuye en 40% al PBI y emplea a más de 70% de la población económicamente activa (PEA). (Ministerio de trabajo, 2015). En conjunto, agrupa a más de 99% de las empresas y solo representa 15% de las deudas del sistema financiero.

Las MYPES son el principal motor de desarrollo del Perú ya que:

- Proporcionan distintos puestos de trabajo en todos los sectores.

- Ayudan a la reducción de la pobreza por medio del emprendimiento.
- Incentivan el carácter emprendedor de la población.
- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.
- Contribuyen al crecimiento económico.

La constitución de una MYPE no solo ayuda a los propietarios, sino también la inversión realizada trae los siguientes tres beneficios::(Villarán, 2010)

- Generación de empleos directos y empleos indirectos
- Derivado de una mayor oferta de los productos, vuelven al mercado más competitivo.
- Permite a las personas desarrollarse a nivel personal y profesional.

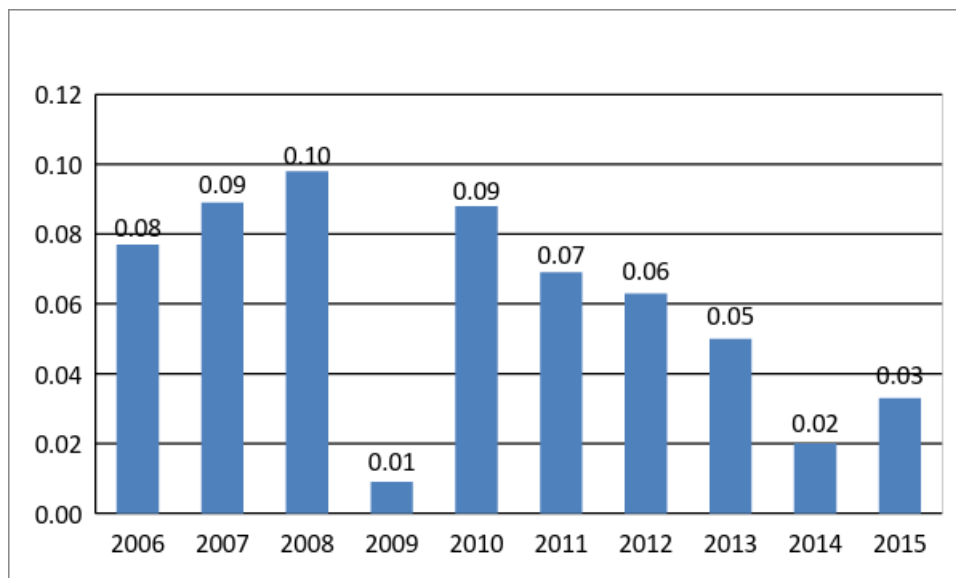
3.5.3. La situación de las MYPES en el Perú

La economía peruana en el 2015 tuvo un crecimiento del orden de 3.3%, tasa mayor a la registrada en el año 2014 que fue de 2.4%. Si bien es inferior a las expectativas de inicios de año y al promedio anual de los diez años previos (6.4%), ha sido resultado de la desaceleración económica acentuada por la caída en los precios de los minerales, un entorno político poco favorable y el cambio del panorama internacional. (Banco Central de Reserva, 2016)

Este crecimiento económico del 2015 fue generado por el comportamiento favorable de las actividades primarias en 7.4% y servicios en 4.8%; mientras que las actividades de transformación disminuyeron en 3.1%. En el crecimiento, también contribuye el incremento del consumo privado en 3.4% y el consumo del Gobierno en 5.8%; en tanto que la inversión disminuyó en 6.6%.(Banco de Reserva del Perú, 2012)

El siguiente grafico muestra la evolución del producto bruto interno (PBI) en el periodo 2006 – 2015.

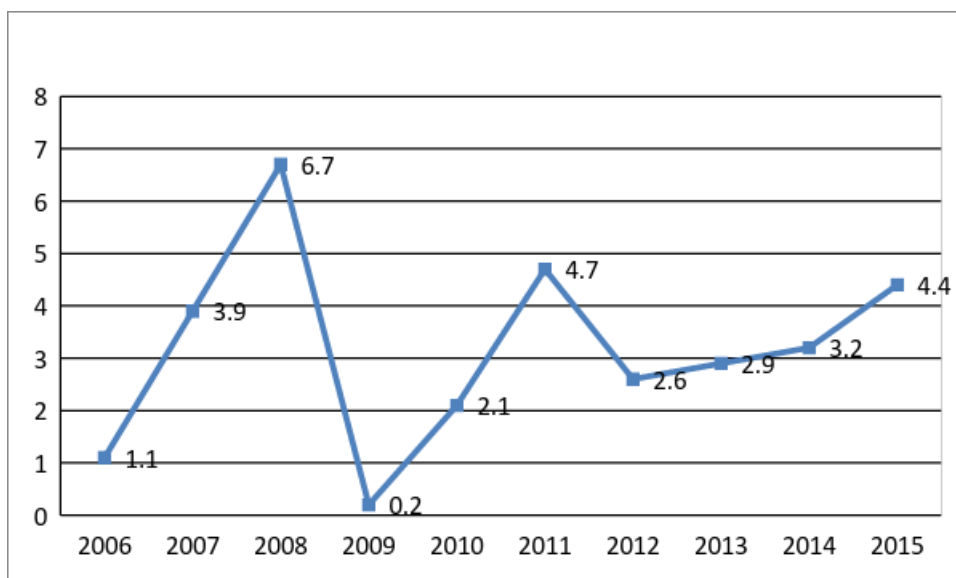
ILUSTRACIÓN 5: Producto Bruto Interno (PBI) 2006-2015



Fuente: Reporte de inflación BCR, Elaboración: Propia

Por su parte, la variación acumulada del Índice de Precios al Consumidor entre enero y diciembre de 2015 fue 4.4%, nivel que se ubica fuera del rango meta por segundo año consecutivo. Esto es explicado por el crecimiento de precios en los grupos de transportes y comunicaciones en 1.4%, seguido de alimentos y bebidas en 0.4%, alquiler de vivienda, combustibles y electricidad en 0.4% y muebles, enseres y mantenimiento de la vivienda en 0.4%

ILUSTRACIÓN 6: Índice de Precios al Consumidor



Fuente: Reporte de inflación BCR, **Elaboración:** Propia

3.6. MIBANCO:

3.6.1. La historia de Mi Banco

“Mibanco, Banco de la Microempresa S.A. se constituyó el 02 de marzo de 1998, iniciando operaciones el 04 de mayo del mismo año con 13 agencias en Lima, siendo el primer banco privado de la micro y pequeña empresa. Cabe mencionar que Mibanco nace sobre el programa de microcréditos llamado **Programa Progreso** desarrollado desde 1982 por Acción Comunitaria del Perú.” (Equilibrium, 2016)

El 07 de marzo de 2014, mediante Resolución SBS N° 1490-2014, Financiera Edyficar -subsidiaria de Credicorp- fue autorizada a adquirir el 60.68% de las acciones representativas del capital social de Mibanco que eran propiedad del Grupo ACP Corp. S.A.A. Durante el ejercicio 2014, Edyficar fue adquiriendo mayor participación dentro del accionariado de Mibanco, cerrado dicho ejercicio con el 81.93% de la totalidad de las acciones de Mibanco, mientras que el Grupo Crédito participaba con el 5.0%.

“Posteriormente, mediante Junta General de Accionistas de Financiera Edyficar y JGA de Mibanco, se aprobó el Proyecto de Escisión de un bloque patrimonial de Financiera Edyficar compuesto por activos y pasivos a ser absorbidos por Mibanco, comprendiéndose las acciones del capital social de Mibanco que pertenecían a Financiera Edyficar, la misma que dejó de ser accionista de Mibanco. Dicho Proyecto fue aprobado por la SBS, entrando en vigencia el 02 de marzo de 2015, fecha en la que se otorgó la escritura pública de la mencionada operación.” (Equilibrium, 2016)

3.6.2. Misión, Visión y Valores de MIBANCO

Visión

“Ser el socio reconocido de los clientes de la micro y pequeña empresa, el principal promotor de la inclusión financiera del país y un referente a nivel mundial, convocando a un equipo de colaboradores talentosos y con sentido de trascendencia.”(MIBANCO, 2015)

Misión

“Transformar las vidas de nuestros clientes y colaboradores a través de la inclusión financiera, impulsando así el crecimiento del Perú.” (MIBANCO, 2015)

Valores (MIBANCO, 2015)

- “Integridad en todas nuestras acciones”
- “Logramos resultados trabajando en equipo, con calidad y eficiencia”
- “Gestionamos los riesgos con responsabilidad”
- “Apasionados por servir responsablemente al cliente”
- “Comprometidos con el desarrollo de nuestra gente”
- “Somos pioneros y promovemos el cambio”

3.6.3. Accionariado

TABLA 1: Accionariado MIBANCO

Accionista	Participación
Banco de crédito del Perú	96.60%
Accion Investments in Microfinance	3.29%
Grupo Crédito S.A.	1.76%
La Positiva Vida Seguros y Reaseguros	0.13%
TOTAL	100%

Fuente: Equilibrium calificadora de riesgos S.A, Elaboración: Propia

Negocios

MIBANCO es una de las entidades financieras locales más importantes en la prestación de servicios financieros a micro y pequeños empresarios nacionales (“MYPES”), así como a sectores de bajos ingresos de la población peruana, ofreciendo diversos productos con características adecuadas a las necesidades de los componentes de este grupo social. Según un estudio de (Equilibrium, 2016) al cierre del 2015 MIBANCO contaba con 75.54% de los créditos dirigidos al segmento de microempresa con lo que ocupa el primer lugar, por otro lado en el segmento de pequeña empresa ocupa el segundo lugar con un 30.21%, pues el BCP, empresa que también pertenece a Credicorp, ocupa el primero.

Según (Semana Económica, 2016), Mibanco obtuvo un utilidad neta de S/ 154 millones en el 2015, la cual fue muy superior a las obtenidas en el 2014 y 2013 donde fueron S/ - 67 millones y S/ 35 millones respectivamente. Por otro lado la tasa de morosidad se redujo en comparación del 2014 de 4.94% a 4.19%.

3.6.4. Área de negocios de MIBANCO:

El área de negocios de MIBANCO Arequipa matriz está conformada por los siguientes puestos:(MIBANCO, 2015)

➤Gerente zonal

Es el servidor que ostenta el cargo jerárquico más alto de toda la agencia, aprueba créditos hasta un rango de 75 mil nuevos soles (En caso el monto sea mayor se va con el gerente regional, en caso que el crédito pase de los 90 mil soles será aprobado por gerente territorial previa opinión favorable del área de riesgos). Al realizar las evaluaciones se realiza tanto un análisis cuantitativo como cualitativo.

➤Gerente de agencia

Después del gerente zonal (quien tiene a su cargo 3 agencias de la ciudad) es la persona con más cargo en la agencia, tiene un nivel de aprobación de hasta 40 mil soles según la calidad de cartera de la agencia.

➤Jefe de negocios

Tienen a su cargo una célula conformada por 8 a 10 asesores, su nivel de aprobación es de hasta 30 mil soles según la calidad de cartera de su célula

➤Asesores

Los asesores captan y evalúan a los clientes nuevos a través de las promociones, visitan mercados, avenidas, donde existe gran conglomeración de negocios en los cuales ofrecer sus productos y servicios. Ellos también se encargan del asesoramiento a clientes en el rumbo y estrategia del negocio.

En cuanto a las metas, los asesores deben tener como mínimo 10 clientes nuevos mensualmente.

➤ **Ejecutivos comerciales**

Los promotores solo se encargan de la captación de clientes mas no de la evaluación, ellos captan gente a través de la promoción, y les llevan la información a los asesores para que hagan las respectivas evaluaciones. Los promotores se encuentran bajo la supervisión de los asesores del área de negocio. En cuanto a las metas, los promotores tienen que alcanzar aproximadamente 15 clientes nuevos mensualmente.

➤ **Módulo de Atención al Cliente**

Los encargados del módulo de atención al cliente (MAC) al igual que los promotores solo se encargan de la captación de los clientes, y llevarán la respectiva información a los asesores para que puedan hacer una buena evaluación. Los MAC combinan sus funciones con ingresar datos de los clientes al sistema para el posterior desembolso.

3.6.5. Gestión del Riesgo de Crédito

Tiene como objetivo asegurar un crecimiento sano de la cartera de créditos del Banco, proponiendo distintas pautas y políticas idóneas que hagan posible el otorgamiento de créditos sobre una base prudencial.

Este es el principal riesgo al que se encuentra expuesta la Entidad. La exposición al riesgo crediticio es administrada analizando continuamente la capacidad de los clientes (deudores).

A fin de mitigar el riesgo crediticio, el Banco utiliza una variedad de políticas y prácticas, siendo la más tradicional la solicitud de garantías para los créditos. El Banco tiene la totalidad de sus

créditos segmentadas en las cinco categorías de riesgo de incumplimiento establecidas por la SBS:

- Normal
- Problemas Potenciales
- Deficiente
- Dudoso
- Pérdida

Al cierre de diciembre de 2015 93.78% de la cartera está clasificada en los dos niveles superiores. Por otro lado, el 93.70% de la cartera de créditos está considerada como ni vencida ni deteriorada. (MIBANCO, 2015)

3.6.6. Productos de MIBANCO para la microempresa

a) MICAPITAL

Financia capital de trabajo mediante un préstamo para pagar en cuotas mensuales.

Ventajas

- Permite los pagos en cuotas fijas mensuales.
- Se accede a un cronograma de pagos para controlar las operaciones.
- No hay cobro de mantenimiento ni comisiones.
- Se otorga sin garantías hasta por S/ 1 000 para clientes nuevos, y para clientes actuales, hasta por S/ 5 000.
- El plazo máximo para pagar es de 12 meses y se dispone de un asesor de negocios.

b) Mi Puntualito RB y RMB

Este crédito puede ser utilizado para capital de trabajo o compra de activo fijo, es exclusivo para clientes con segmentación RB y RMB.

Ventajas

- Se puede retirar hasta 100% de la línea sobre el saldo disponible.
- Otorga un plazo de hasta 18 meses
- Los clientes acceden a una tasa de interés preferencial.
- No se cobra comisión de desembolso ni comisión por prepagos.

c) MI EQUIPO

Financia la compra de herramientas, artefactos, maquinarias, equipos, muebles y vehículos para el negocio y locales comerciales.

Ventajas

- Permite los pagos en cuotas fijas mensuales, bisemanales o semanales.
- Se otorga sin garantías hasta por US\$ 8 000 para clientes nuevos, y para clientes actuales, hasta por US\$ 10 000.
- Se puede financiar hasta 100% del valor del bien a adquirir.
- Se accede a un cronograma de pago para controlar las operaciones.
- No se cobra comisión por desembolso.

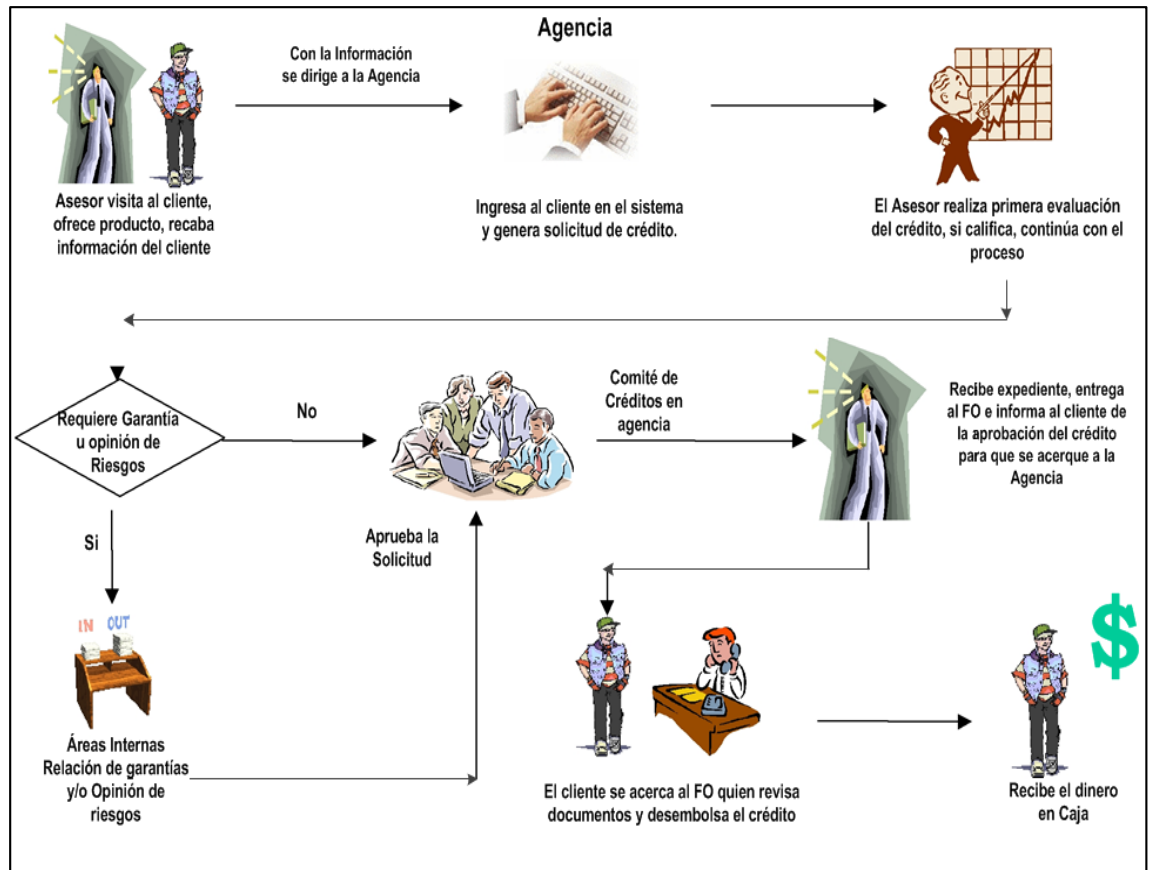
d) MI LOCAL

Financia la compra de un inmueble para el negocio.

- Préstamo a cuota fija.
- Hasta 36 meses.
- Tiene un periodo de gracia de 2 meses.
- Se financia hasta el 90% del inmueble a comprar según la segmentación del cliente.

3.6.7. Flujo del proceso de crédito de MIBANCO

ILUSTRACIÓN 7: Flujo de Proceso de Crédito de MIBANCO



Fuente: Mi Banco, Elaboración: Propia

3.6.8. Capacitación y Desarrollo

➤ Capacitación de colaboradores

Para la obtención de mejores resultados en las capacitaciones, MIBANCO cuenta con una división de aprendizaje, la cual se encarga de implementar y facilitar programas de aprendizaje para todos los colaboradores. Principalmente MIBANCO se orienta a reforzar la cultura organizacional así como también velar por el desarrollo tanto personal como profesional de los colaboradores. Todo esto lo hace a través de su campus virtual (plataforma e-learning) y de capacitaciones presenciales (MIBANCO, 2015)

➤ Programas formativos (inducción)

Dirigidos a los colaboradores que recién ingresan a laborar a la empresa. El objetivo es introducirlos en la cultura organizacional de MIBANCO y brindarles herramientas que les permitan desempeñar sus funciones de manera exitosa.

La escuela en micro finanzas es un programa formativo que tiene la finalidad de instruir jóvenes, de las carreras de administración, economía e ingeniería comercial principalmente, y convertirlos en asesores de negocios después de un periodo de capacitación de 5 a 6 meses según el desempeño del colaborador. Durante estos meses de capacitación el colaborador recibe hasta 96 horas (2 a 3 semanas) de clases teóricas y lo demás de prácticas, con la finalidad de que el asesor en formación no tenga ningún inconveniente al momento de desempeñarse en el puesto.(MIBANCO, 2015)

➤ **La capacitación en MIBANCO**

Todos los colaboradores de MIBANCO reciben capacitación continua en temas como códigos de ética, políticas y procedimientos anti corrupción, lavado de activos y financiamiento del terrorismo, entre otros.

Asimismo, MIBANCO cuenta con distintos convenios con instituciones educativas nacionales e internacionales para el desarrollo de sus colaboradores. Algunos programas son cubiertos al cien por ciento por la Empresa o financiados a través de créditos con tasas preferenciales. (MIBANCO, 2015)

MIBANCO tiene también un proceso de actualización continua de las descripciones de puesto y de estructura organizacional. Estos cambios se deben a la situación nacional y de la empresa. Los cambios son programados y comunicados con antelación para una adecuada adaptación, tanto del trabajador como de la Empresa.

De igual forma, una vez al año se evalúa el desempeño general de los colaboradores, gracias a esto MIBANCO puede establecer estrategias e identificar las competencias que necesitan ser desarrolladas. Por ejemplo los colaboradores que brindan atención al público reciben una formación orientada a la excelencia en el servicio, esto resulta vital, teniendo en cuenta que el proceso de bancarización es un aprendizaje, y que la relación cliente – asesor va mucho más allá de la venta, ya que no solo se colocan créditos, sino que también se preocupan por el éxito de sus inversiones a través de una adecuada asesoría que implica un desplazamiento hasta sus negocios, muchas veces en zonas rurales o de difícil acceso.

➤ **Programa de Reconocimiento Qualitas y DIME**

El objetivo es reconocer y generar entre los colaboradores comportamientos y actitudes alineados a la filosofía de MIBANCO, resaltando siempre el impacto social. Mibanco al ser una empresa que pertenece al grupo Credicorp todos los años eligen a 12 persona que son llamados “qualitas”, estos colaboradores reciben un viaje para ellos y sus familiares por los buenos indicadores obtenidos en el año, cabe recalcar que los seleccionados son por votación de los todos los colaboradores del banco. Por otro lado el DIME (diplomado en micro finanzas), se realiza 2 veces al año en la universidad Pacífico y reúne a los 270 asesores con los mejores indicadores en el periodo anterior para que reciban una capacitación de primer nivel en gestión de ventas, evaluación crediticia, gestión de riesgos y el desarrollo de capital humano. (MIBANCO, 2015)

4. Historicidad de las variables

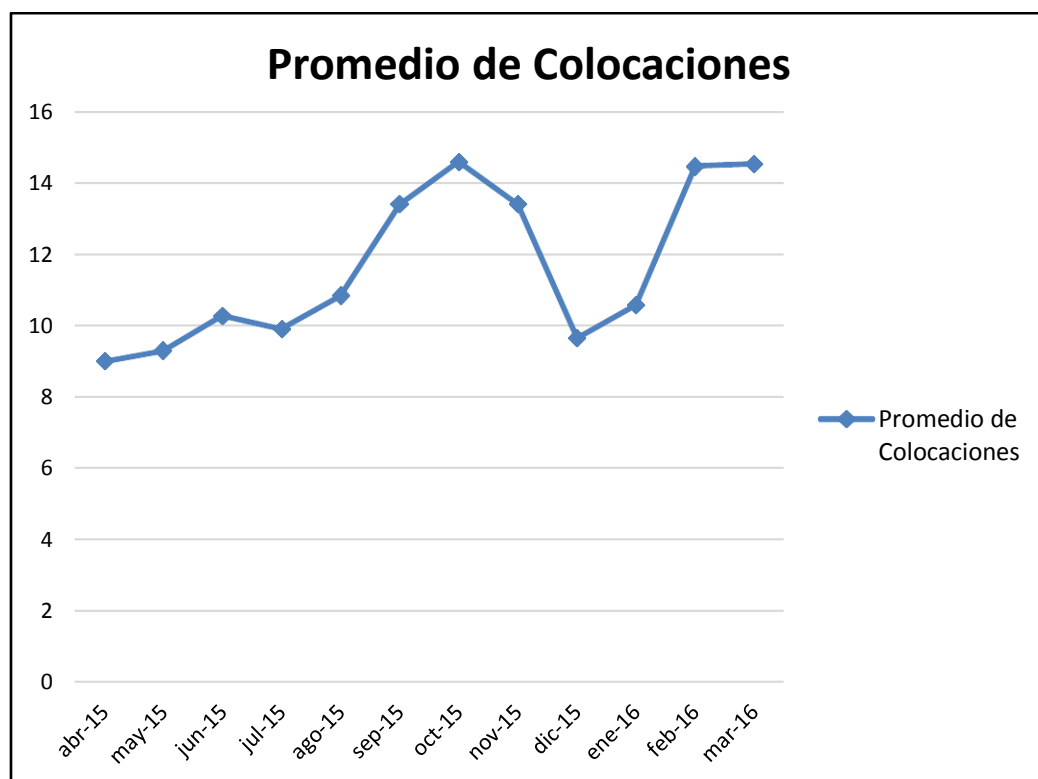
Para poder realizar nuestra investigación hemos podido reconocer 2 variables fundamentales las cuales son:

- El nivel de colocaciones de MIBANCO-Arequipa Matriz
- Las capacitaciones impartidas

Para el primero se evaluará el crecimiento de los créditos a través del tiempo mediante un gráfico, y para el segundo se recorrerá una historia de la evolución de las capacitaciones y su importancia en el tiempo.

4.1. Nivel de colocaciones de MIBANCO

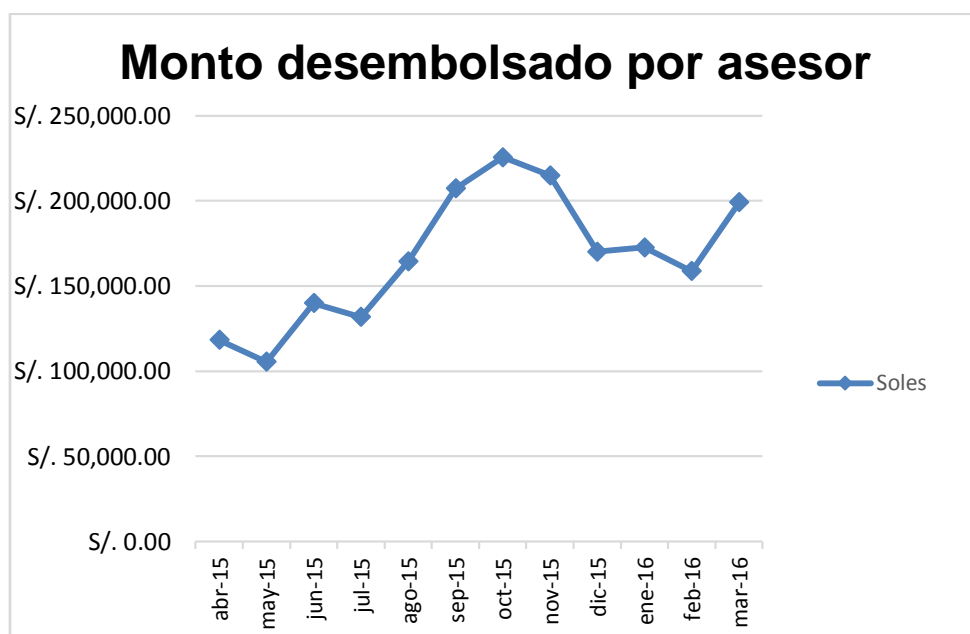
ILUSTRACIÓN 8: Nivel de Colocaciones de MIBANCO



Fuente: MIBANCO Research, Elaboración: Propia

Como se puede observar en el gráfico anterior el nivel de colocaciones de créditos realizados por MIBANCO ha ido evolucionando con una tendencia creciente en estos últimos meses, de estar en 10 operaciones en promedio por asesor a 14 operaciones, todo esto en un año. (MIBANCO Arequipa Matriz, 2016)

ILUSTRACIÓN 9: Monto desembolsado por asesor



Fuente: Mibanco Research, Elaboración: Propia

Por otro lado como podemos ver en el segundo cuadro el monto desembolsado por cada asesor de negocios ha incrementado en cerca de un 100% de abril de 2015 a Marzo 2016. (MIBANCO agencia Arequipa Matriz, 2016)

5. Operacionalización de variables:

TABLA 2: Operacionalización de variables

VARIABLES	INDICADORES	SUBINDICADORES	ESCALA
Capacitación brindada al área de negocios. (Variable independiente)	Cantidad de horas de inducción que ha recibido el trabajador en Mibanco.	Cantidad de horas acumuladas de inducción.	Ordinal
		Temas de que se trataron en la inducción.	Nominal
		Nota promedio obtenida en el proceso de inducción y en el de capacitación.	Ordinal
	Cantidad de horas de capacitación que ha recibido el trabajador en Mibanco.	Cantidad de horas acumuladas de capacitación otorgadas por Mibanco a Marzo del 2016	Ordinal
		Temas que se trataron en las capacitaciones.	Nominal
Nivel de colocaciones de créditos en MIBANCO Agencia – Agencia Matriz, en el periodo Abril 2015 – Marzo 2016 (Variable dependiente)	Número de créditos colocados por el área de negocios de Mibanco.	Número de créditos colocados realizados por el área de negocios de MIBANCO.	Ordinal

Fuente: Propia, Elaboración: Propia

CAPÍTULO 3 - PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

1. Tipo de investigación:

En la presente investigación utilizamos el tipo correlacional y exploratorio descriptiva cuyo objetivo es encontrar la relación entre la capacitación brindada al área de negocios y el nivel de colocaciones que se dan.

2. Diseño de investigación:

El tipo de investigación el cual se empleará tendrá un diseño no experimental, esto debido a que no se aplicarán estímulos sobre las variables, analizando los hechos tal y como se dan naturalmente.

Además la investigación es transeccional debido a que se evaluarán en un solo punto de tiempo, posterior a las capacitaciones brindadas al área de negocios.

3. Métodos de investigación:

Los métodos que utilizaremos para realizar la presente investigación son:

- Método deductivo
- Análisis
- Síntesis

4. Técnicas e Instrumentos

TABLA 3: Técnicas e instrumentos

Variable	Técnica	Instrumentos
Número de colocaciones al mes.	Revisión instrumental	Matriz de datos.
Capacitaciones	Revisión instrumental	Matriz de datos.

Fuente: Propia, Elaboración: Propia

5. Fuentes de recopilación:

a) Fuentes primarias:

Nuestra fuente de datos primaria será la base de datos brindada por el departamento de estudios de Mibanco. (Mibanco Research)

b) Fuentes secundarias:

- Tesis sobre temas relacionados a nuestra investigación.
- Artículos sobre pymes.
- Investigaciones sobre capacitación.
- Información brindada por la SBS.
- Consolidado de resultados de Mibanco agencia Arequipa Matriz

6. Universo y Muestra:

La unidad de análisis es el trabajador por lo tanto no trabajaremos con muestra puesto que el instrumento se aplicará a todo el universo conformado por 20 trabajadores del área de negocios de Mibanco que laboraron entre Abril 2015 a Marzo 2016.

7. Estrategias para el manejo de resultados:

Para poder realizar un correcto análisis, y llegar a conclusiones válidas se analizarán tanto nuestras fuentes primarias como secundarias.

En cuanto a las fuentes secundarias se realizarán gráficas estadísticas para evaluar la tendencia y evolución de las colocaciones de MIBANCO, así como del contexto nacional y mundial haciendo comparaciones y llegando a conclusiones válidas.

En segundo punto tenemos a nuestras fuentes primarias donde en primer lugar se encuestara a los trabajadores del área de negocios de MIBANCO, para luego poder procesar estos datos. Para realizar esta tarea de procesamiento de datos, sintetizar la información y obtenerla de forma oportuna y precisa se utilizara el programa SPSS con el cual se tendrá acceso a una amplia gama de herramientas las cuales nos ayudaran a realizar un análisis efectivo y presentarlo gráficamente para ser comprendido de una mejor manera.

CAPÍTULO 4 – ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

1. ¿Cuántas horas duro tu proceso de inducción en la institución?

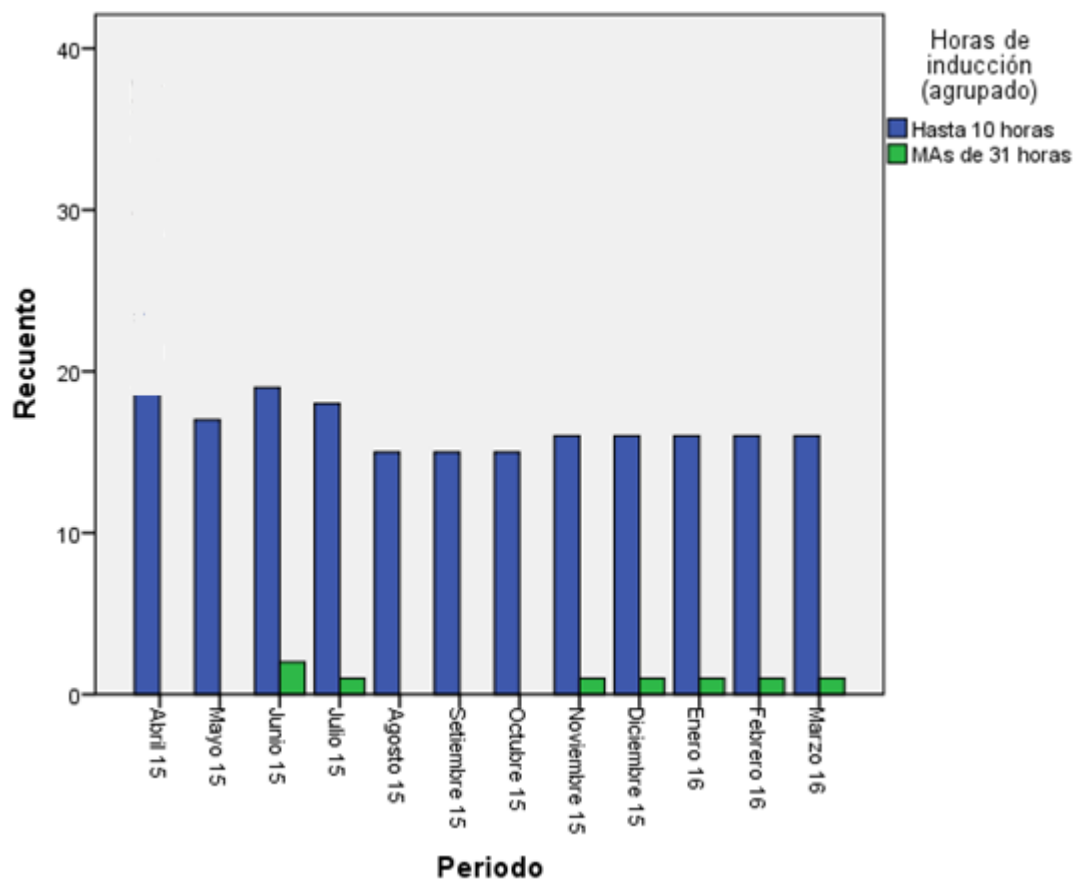
Como se puede ver en los siguientes gráficos la inducción para el área de negocios en Mibanco se ha mantenido casi estable en 10 horas desde abril del 2015 hasta marzo del 2016, salvo algunos meses donde algunos asesores cuentan más de 31 horas, esto se explica porque dichos asesores estuvieron siendo capacitados en la escuela de Negocios de Mibanco, o sea estos asesores ingresaron al banco siendo asistentes.

TABLA 4: Periodo – Horas de inducción

Periodo		Horas de inducción (agrupado)		Total
		Hasta 10 horas	Más de 31 horas	
abr-15	F	18	0	18
	%	8.78%	0.00%	8.78%
may-15	F	17	0	17
	%	8.29%	0.00%	8.29%
jun-15	F	19	2	21
	%	9.27%	0.98%	10.24%
jul-15	F	18	1	19
	%	8.78%	0.49%	9.27%
ago-15	F	15	0	15
	%	7.32%	0.00%	7.32%
Sep- 15	F	15	0	15
	%	7.32%	0.00%	7.32%
oct-15	F	15	0	15
	%	7.32%	0.00%	7.32%
nov-15	F	16	1	17
	%	7.80%	0.49%	8.29%
dic-15	F	16	1	17
	%	7.80%	0.49%	8.29%
ene-16	F	16	1	17
	%	7.80%	0.49%	8.29%
feb-16	F	16	1	17
	%	7.80%	0.49%	8.29%
mar-16	F	16	1	17
	%	7.80%	0.49%	8.29%
Total	F	197	8	205
	%	96.10%	3.90%	100.00%

Fuente: Mibanco Research, Elaboración: Propia

ILUSTRACIÓN 10: Periodo – Horas de inducción



Fuente: Mibanco Research, Elaboración: Propia

2. ¿Cuáles fueron los temas que se trataron dentro de la inducción?

La inducción en Mibanco se da de dos maneras, escuela de formación para asesores e inducción general para todo colaborador nuevo del área de negocios. Los cursos Tratados en la escuela de negocios ponen énfasis en capacitar al futuro asesor de negocios con la finalidad que pueda realizar sus labores diarias con facilidad, pues gran parte de estos cursos se enfocan en normativa de la institución y conocimientos técnicos de evaluación sin dejar de lado el tema ético que es fundamental en estos días. Como podemos ver en la siguiente imagen, el primer curso que reciben los futuros asesores es el de manual créditos, este curso es fundamental pues brinda una visión de cuando un crédito es viable y cuando no. Después vemos gran énfasis en los cursos de catálogo de productos, es aquí donde el asesor en formación aprende que soluciones puede ofrecerle al cliente para satisfacer sus necesidades. Finalmente, capacitan al aspirante en estados financieros con el objetivo de que éste pueda plasmar los datos recolectados de manera correcta y proceder a su análisis.

TABLA 5: Cursos escuela de Microfinanzas

2015 - ESCUELA
Manual de Créditos
Catálogo de Productos I
Código de Ética
Catálogo de Productos II
Catálogo de Productos III
Estados Financieros I
Estados Financieros II
Manual de Créditos
Margen de Ventas, BG y EGYD
Manual de Créditos Escuela
Ratios Financieros

Fuente: Mibanco, Elaboración: Propia

Por otro lado la inducción para el personal de negocios proveniente de otras instituciones consta de cursos donde este aprenderá de la normativa del banco y genética del grupo principalmente. Puesto que los asesores provenientes de otras entidades ya cuentan con conocimientos de microfinanzas por lo que para ellos solo es necesario enriquecerse con temas de la institución.

TABLA 6: Cursos Inducción

2015 - INDUCCIÓN REGULATORIA
Inducción Regulatoria

Fuente: Mibanco, Elaboración: Propia

Como se vio la mayoría de cursos trata de capacitar, al futuro asesor de negocios, con la política del banco y los conocimientos técnicos necesarios que este usará en su trabajo diario. De esta manera el aspirante optimizará sus tiempos, pues sabrá cuando el crédito es viable para dedicarle gestión, brindará una correcta asesoría a su cliente, ya que le brindará el producto necesario. Y procederá al análisis de los datos mediante los estados financieros. Todo esto cumpliendo con las normas éticas de la institución.

3. ¿Cuál fue tu promedio de notas en la inducción brindada por Mibanco?

En el siguiente cuadro se puede ver que la mayoría de notas en la capacitación de Mibanco Arequipa matriz oscilan entre 16 y 18, la nota aprobatoria para la capacitación es de 13. Por lo tanto el 100% de trabajadores inducidos entre abril del 2015 y marzo del 2016 aprobaron su proceso de inducción. Estos datos colaboran a la investigación, pues nos corroboran que los capacitados adquirieron los conocimientos que se les quiso impartir.

TABLA 7: Promedio de Notas inducción

	Prom. Notas inducción
Asesor 1	18
Asesor 2	18
Asesor 3	17
Asesor 4	18
Asesor 5	15
Asesor 6	17
Asesor 7	18
Asesor 8	17
Asesor 9	14
Asesor 10	16
Asesor 11	16
Asesor 12	18
Asesor 13	16
Asesor 14	18
Asesor 15	15
Asesor 16	18
Asesor 17	15
Asesor 18	16
Asesor 19	14
Asesor 20	18

Fuente: Mibanco, Elaboración: Propia

4. ¿Cuántas horas de capacitación llevas acumuladas en Mibanco a Marzo del 2016?

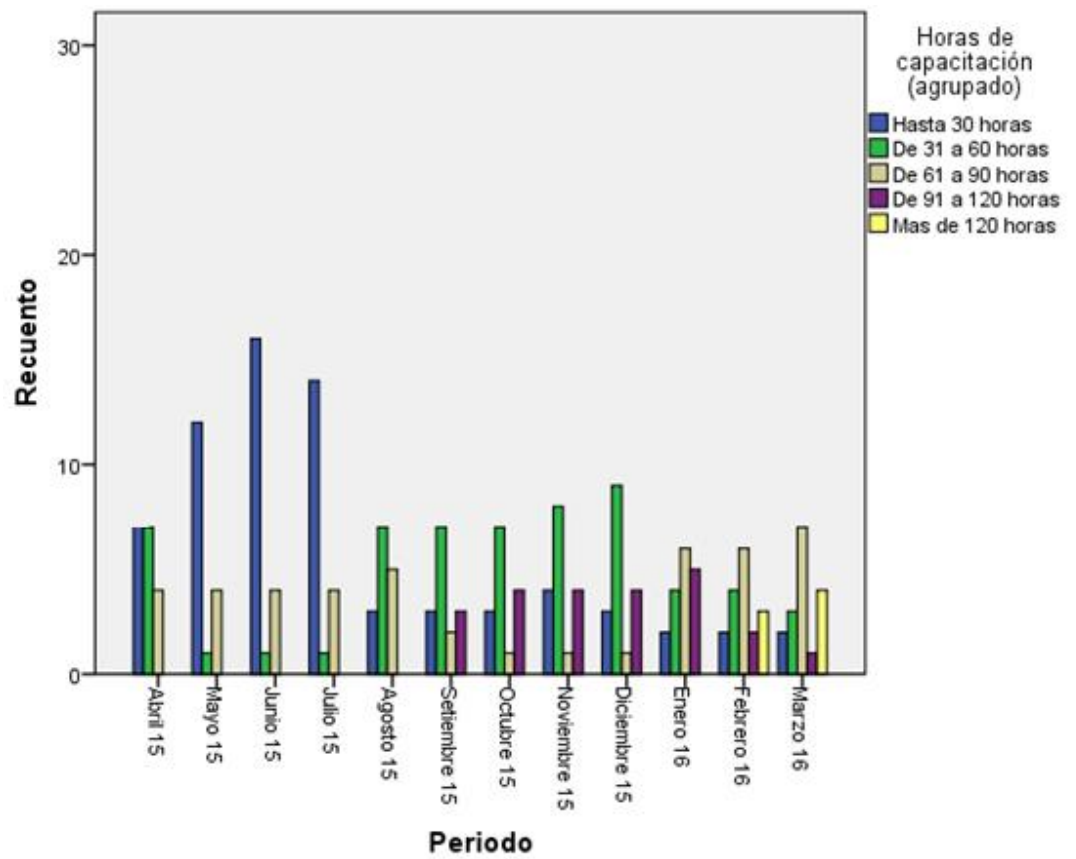
Como se puede ver en los siguientes gráficos la capacitación para el área de negocios en Mibanco ha ido en aumento, ya que para el mes de marzo del 2016 gran porcentaje del personal poseía entre 61 a 90 horas y de 120 a más. Mientras que ha inicio de la investigación, en abril del 2015, gran parte de los asesores tenían menos de 30 horas y entre 31 y 60. Con lo que nos demuestra que la institución está optando por incrementar el nivel de capacitación de sus trabajadores.

TABLA 8: Horas de capacitación por Mes

Periodo		Horas de capacitación					Total
		Hasta 30 horas	De 31 a 60 horas	De 61 a 90 horas	De 91 a 120 horas	Más de 120 horas	
abr-15	F	7	7	4	0	0	18
	%	3.41%	3.41%	1.95%	0.00%	0.00%	8.78%
may-15	F	12	1	4	0	0	17
	%	5.85%	0.49%	1.95%	0.00%	0.00%	8.29%
jun-15	F	16	1	4	0	0	21
	%	7.80%	0.49%	1.95%	0.00%	0.00%	10.24%
jul-15	F	14	1	4	0	0	19
	%	6.83%	0.49%	1.95%	0.00%	0.00%	9.27%
ago-15	F	3	7	5	0	0	15
	%	1.46%	3.41%	2.44%	0.00%	0.00%	7.32%
Sep-15	F	3	7	2	3	0	15
	%	1.46%	3.41%	0.98%	1.46%	0.00%	7.32%
oct-15	F	3	7	1	4	0	15
	%	1.46%	3.41%	0.49%	1.95%	0.00%	7.32%
nov-15	F	4	8	1	4	0	17
	%	1.95%	3.90%	0.49%	1.95%	0.00%	8.29%
dic-15	F	3	9	1	4	0	17
	%	1.46%	4.39%	0.49%	1.95%	0.00%	8.29%
ene-16	F	2	4	6	5	0	17
	%	0.98%	1.95%	2.93%	2.44%	0.00%	8.29%
feb-16	F	2	4	6	2	3	17
	%	0.98%	1.95%	2.93%	0.98%	1.46%	8.29%
mar-16	F	2	3	7	1	4	17
	%	0.98%	1.46%	3.41%	0.49%	1.95%	8.29%
Total	F	71	59	45	23	7	205
	%	34.63%	28.78%	21.95%	11.22%	3.41%	100.00%

Fuente: Mibanco Research, Elaboración: Propia

ILUSTRACIÓN 11: Horas de capacitación por Mes



Fuente: Mibanco Research, Elaboración: Propia

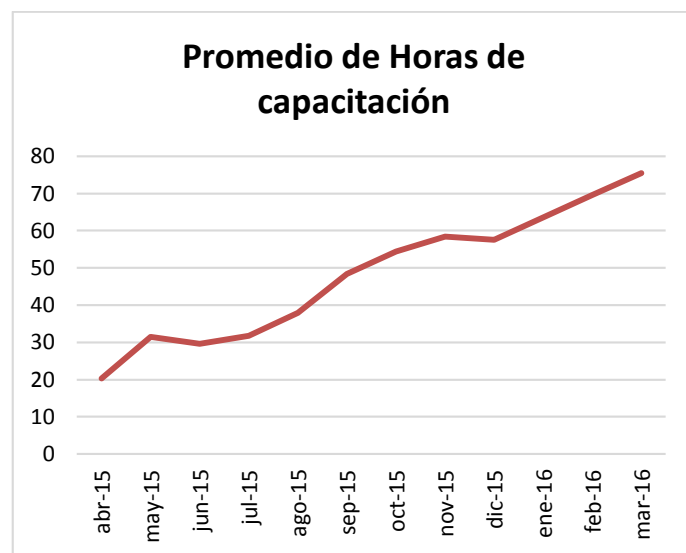
TABLA 9: Promedio de Horas de capacitación acumulada

Mes	Promedio de Horas de capacitación acumuladas
abr-15	20
may-15	32
jun-15	30
jul-15	32
ago-15	38
sep-15	48
oct-15	54
nov-15	58
dic-15	58
ene-16	64
feb-16	70
mar-16	76

Fuente: Mibanco Research,

Elaboración: Propia

ILUSTRACIÓN 12: Promedio de Horas de capacitación acumulada



Fuente: Mibanco Research,

Elaboración: Propia

5. ¿Cuáles fueron los temas que se trataron en las capacitaciones con más ahínco?

Como se puede ver los cursos principalmente tratan de asegurar el conocimiento del asesor mediante evaluaciones al finalizar el curso en temas como regulación bancaria, campañas y productos. De esta forma el asesor de negocios al conocer muy bien los productos y campañas vigentes sabrá como satisfacer la necesidad de su cliente y efectuará operaciones con mayor velocidad. Puntualmente el tema de las capacitaciones de producto en campaña es donde el banco da más énfasis pues en esas fechas es donde los clientes tienen mayor necesidad de financiamiento para sus negocios. En dichas campañas los asesores pueden brindar mejores condiciones de financiamiento a sus clientes solo si estos cumplen con los requisitos, por tal motivo es que el banco busca asegurar el aprendizaje de los productos en campaña.

TABLA 10: Temas regulares en las capacitaciones

2015 - ACTUALIZACIÓN REGULATORIA	2016 - ACTUALIZACIÓN REGULATORIA
Salud Ocupacional	Continuidad del Negocio
Política Corporativa de Fiscalización de Cuentas Extranjeras (FATCA)	Cumplimiento Normativo
Prevención de Lavado de Activos y del Financiamiento del Terrorismo	CURSO BRIGADAS
Prevención de Lavado de Activos y del Financiamiento del Terrorismo II	El método de las 5 "S" Seguridad y Salud en el Trabajo
Programa de Seguridad y Salud en el Trabajo	Encuesta de Ley de Protección de Datos
Riesgo Operacional	Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo
Seguridad de la Información	Prevención e Investigación de Fraudes
Seguridad y Salud en el Trabajo III	Seguridad y Salud en el Trabajo II
Seguridad y Salud en el Trabajo IV	Transparencia de la Información
Transparencia de la Información	ACTUALIZACIÓN
Transparencia de la Información II	CREDIAGUA
2015 - NEGOCIOS	Curso de Owa y Open Office
Curso de Actualización: Micasa	La Fuerza Mibanco
Metodología de la Evaluación Crediticia - Refuerzo	Metodología de la Evaluación Crediticia
PROGRAMAS	
Billetera Electrónica	

Fuente: Mibanco Research, Elaboración: Propia

6. ¿Cuál fue tu promedio de notas en la capacitación brindada en Mibanco?

En el siguiente cuadro se puede ver como las notas de los trabajadora mayormente oscilan entre 15 y 18, siendo 13 la nota aprobatoria, el 100% de trabajadores en Mi Banco agencia Arequipa matriz culminó satisfactoriamente su capacitación entre el periodo de abril 2015- Marzo 2016. Estos datos colaboran a la investigación, pues nos corroboran que los capacitados adquirieron los conocimientos que se les quiso impartir.

TABLA 11: Promedio de notas Capacitación

	Prom. Notas Capacitación
Asesor 1	17
Asesor 2	16
Asesor 3	15
Asesor 4	17
Asesor 5	17
Asesor 6	16
Asesor 7	17
Asesor 8	18
Asesor 9	13
Asesor 10	17
Asesor 11	15
Asesor 12	18
Asesor 13	16
Asesor 14	16
Asesor 15	16
Asesor 16	15
Asesor 17	17
Asesor 18	15
Asesor 19	18
Asesor 20	17
Asesor 21	14
Asesor 22	16
Asesor 23	15
Asesor 24	17
Asesor 25	16
Asesor 26	15
Asesor 27	15
Asesor 28	15
Asesor 29	18
Asesor 30	16

Fuente: Mibanco Research, Elaboración: Propia

7. ¿En promedio cuantas colocaciones pusiste en el periodo de Abril 2015 – Marzo 2016?

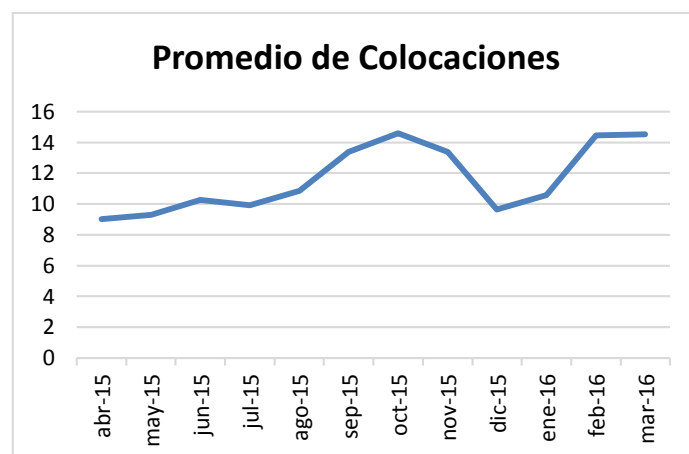
Como puede ver en la siguiente gráfica la tendencia del promedio de colocaciones en Mibanco agencia Arequipa Matriz ha ido en aumento durante el periodo abril 2015- marzo 2016 ya que en el primero se situaba en 9 y al final del periodo estaba en 14. Cabe recalcar que los meses de campaña deberían ser donde los asesores tienen mayor número de colocaciones, estos meses son: Enero, por campaña escolar, Marzo por día de la madre, Mayo, por fiestas patrias, y finalmente octubre por campaña navideña. Como podemos ver en el gráfico hubo una gran variación entre agosto y septiembre el incremento en el número de colocaciones fue de 10.84 a 13.40, gran parte de este incremento sin duda se debió a la campaña navideña, pues esta y la campaña escolar son las más importantes en el rubro de las microfinanzas.

TABLA 12: Promedio de colocaciones por Mes

MES	Promedio de Colocaciones
abr-15	9.00
may-15	9.30
jun-15	10.28
jul-15	9.90
ago-15	10.84
sep-15	13.40
oct-15	14.60
nov-15	13.40
dic-15	9.65
ene-16	10.59
feb-16	14.47
mar-16	14.53

**Fuente: Mibanco Research,
Elaboración: Propia**

ILUSTRACIÓN 13: Promedio de colocaciones por Mes

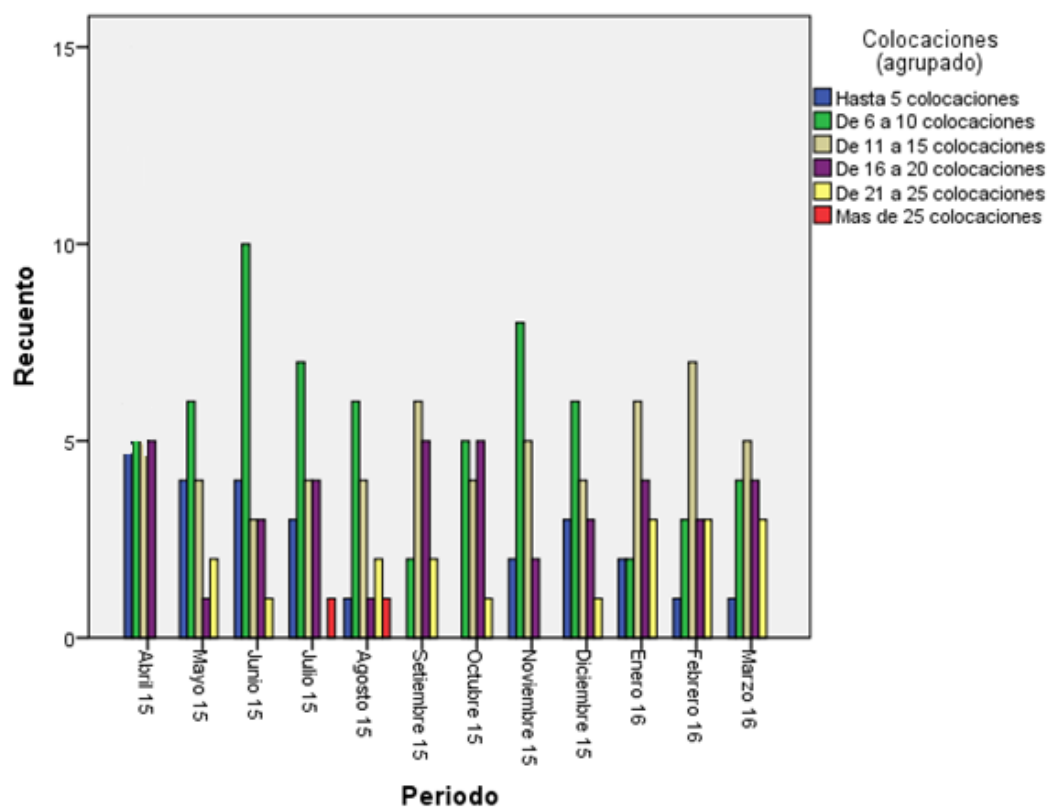


**Fuente: Mibanco Research,
Elaboración: Propia**

Periodo		Colocaciones (agrupado)						
		Hasta 5 colocacion es	De 6 a 10 colocacion es	De 11 a 15 colocacion es	De 16 a 20 colocacion es	De 21 a 25 colocacion es	Más de 25 colocacion es	
abr-15	F	4	5	4	5	0	0	18
	%	1.95%	2.44%	1.95%	2.44%	0.00%	0.00%	16,9%
may-15	F	4	6	4	1	2	0	17
	%	1.95%	2.93%	1.95%	0.49%	0.98%	0.00%	7,6%
jun-15	F	4	10	3	3	1	0	21
	%	1.95%	4.88%	1.46%	1.46%	0.49%	0.00%	10.24 %
jul-15	F	3	7	4	4	0	1	19
	%	1.46%	3.41%	1.95%	1.95%	0.00%	0.49%	8,4%
ago-15	F	1	6	4	1	2	1	15
	%	0.49%	2.93%	1.95%	0.49%	0.98%	0.49%	6,7%
Sep15	F	0	2	6	5	2	0	15
	%	0.00%	0.98%	2.93%	2.44%	0.98%	0.00%	6,7%
oct-15	F	0	5	4	5	1	0	15
	%	0.00%	2.44%	1.95%	2.44%	0.49%	0.00%	6,7%
nov-15	F	2	8	5	2	0	0	17
	%	0.98%	3.90%	2.44%	0.98%	0.00%	0.00%	7,6%
dic-15	F	3	6	4	3	1	0	17
	%	1.46%	2.93%	1.95%	1.46%	0.49%	0.00%	7,6%
ene-16	F	2	2	6	4	3	0	17
	%	0.98%	0.98%	2.93%	1.95%	1.46%	0.00%	7,6%
feb-16	F	1	3	7	3	3	0	17
	%	0.49%	1.46%	3.41%	1.46%	1.46%	0.00%	7,6%
mar-16	F	1	4	5	4	3	0	17
	%	0.49%	1.95%	2.44%	1.95%	1.46%	0.00%	7,6%
TOTAL	F	25	64	56	40	18	2	205
	%	12.20%	31.22%	27.32%	19.51%	8.78%	0.98%	100.00%

TABLA 13: Cantidad de colocaciones por Mes
Fuente: Mibanco Research, Elaboración: Propia

ILUSTRACIÓN 14: Cantidad de colocaciones por Mes



Fuente: Mibanco Research, Elaboración: Propia

8. Características de los trabajadores de Mibanco

Como se puede ver en la siguiente tabla el trabajador de Mibanco agencia Arequipa Matriz son hombres y mujeres con edad promedio de 33 a 35 años a lo largo del periodo. Siendo la menor edad de 22 años y el máximo de 45.

El promedio de experiencia en el sector, no necesariamente en MIBANCO, de aproximadamente 4 a 5 años. Además la agencia cuenta con distintos asesores ejecutivos y senior. El máximo de años de experiencia dentro de la agencia se encuentra rodeando los 10 años.

TABLA 14: Características de los trabajadores

MES	Promedio de Colocaciones	Promedio de Experiencia	Promedio de Edad
abr-15	9.00	5.44	33.94
may-15	9.30	4.60	33.70
jun-15	10.28	5.22	34.78
jul-15	9.90	4.86	33.67
ago-15	10.84	5.16	33.79
sep-15	13.40	5.93	34.33
oct-15	14.60	6.00	34.47
nov-15	13.40	6.00	34.27
dic-15	9.65	5.82	34.41
ene-16	10.59	5.94	34.53
feb-16	14.47	6.12	34.53
mar-16	14.53	6.12	34.59

Fuente: Mibanco Research, Elaboración: Propia

9. Relación entre variables:

Se quiere determinar la relación que existe entre nuestras variables principales, las colocaciones y las horas de capacitación brindadas a los trabajadores de MIBANCO, sin embargo gracias a las bases de datos brindadas por Mibanco se podrá añadir una mayor cantidad de variables a nuestro modelo para poder hacer estimaciones más exactas.

El modelo de regresión lineal múltiple planteado es el siguiente:

```
|. reg colocaciones horasdecapacitacin horasdeinduccin experiencia edad
```

Source	SS	df	MS	Number of obs = 223		
Model	2631.15521	4	657.788802	F(4, 218) = 31.53		
Residual	4547.66094	218	20.86083	Prob > F = 0.0000		
Total	7178.81614	222	32.3370097	R-squared = 0.3665		
				Adj R-squared = 0.3549		
				Root MSE = 4.5674		

colocaciones	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
horasdecapacitacin	.0955204	.0107577	8.88	0.000	.074318	.1167228
horasdeinduccin	-.0568864	.0490522	-1.16	0.247	-.1535637	.0397909
experiencia	.1717512	.156806	1.10	0.275	-.1372987	.4808011
edad	-.1462842	.0740951	-1.97	0.050	-.2923186	-.0002499
_cons	11.58289	2.345398	4.94	0.000	6.960331	16.20545

Resultados:

TABLA 15: Modelo de regresión lineal, Variable independiente Colocaciones

Variable	Coeficiente
Horas de capacitación	0,955204
	(0,107577)
Horas de inducción	-0,568864
	(0,490522)
Experiencia	0,1717512
	(0,156806)
Edad	-0,1462842
	(0,0740951)
Constante	11,58289
	(2,345398)

Fuente: Propia, Elaboración: Propia

Sin embargo antes de poder dar mayores conclusiones se hará una prueba de heterocedasticidad para saber si existen perturbaciones en nuestro modelo

```
. hettest
```

```
Breusch-Pagan / Cook-Weisberg test for heteroskedasticity
```

```
Ho: Constant variance
```

```
Variables: fitted values of colocaciones
```

```
chi2(1) = 10.52
```

```
Prob > chi2 = 0.0012
```

```
. ovtest
```

```
Ramsey RESET test using powers of the fitted values of colocaciones
```

```
Ho: model has no omitted variables
```

```
F(3, 215) = 2.74
```

```
Prob > F = 0.0444
```

Según los resultados que nos arroja este contraste podemos observar que **SI** existe heterocedasticidad en nuestro modelo. Lo cual quiere indicar que la varianza del termino error condicionada a las variables explicativas, variara de acuerdo a las distintas combinaciones de resultados de estas variables; por consiguiente los MICO ya no serán válidos para construir intervalos de confianza o estadísticos t.

Al haberse comprobado la existencia de heterocedasticidad debemos emplear procedimientos robustos a esta, para poder construir distribuciones t más eficientes. Es decir emplearemos una estimación por **Mínimos Cuadrados Generalizados Factibles (MCGF)**

```
. reg colocaciones horasdecapacitacin horasdeinduccin experiencia edad, robust
```

Linear regression

Number of obs = 223
F(4, 218) = 28.21
Prob > F = 0.0000
R-squared = 0.3665
Root MSE = 4.5674

colocaciones	Coef.	Robust Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
horasdecapacitacin	.0955204	.0110373	8.65	0.000	.0737669	.117274
horasdeinduccin	-.0568864	.0463367	-1.23	0.221	-.1482118	.0344389
experiencia	.1717512	.1566609	1.10	0.274	-.1370127	.4805151
edad	-.1462842	.0712237	-2.05	0.041	-.2866594	-.0059091
_cons	11.58289	2.317178	5.00	0.000	7.015949	16.14983

Resultados:

TABLA 16: Modelo de regresión lineal robusto, Variable independiente Colocaciones

Variable	Coeficiente
Horas de capacitación	0,0955204
	(0,0110373)
Horas de inducción	-0,0568864
	(0,0463367)
Experiencia	0,1717512
	(0,1566609)
Edad	-0,1462842
	(0,0712237)
Constante	11,58289
	(2,317178)

Fuente: Propia, Elaboración: Propia

Con estos nuevos resultados se obtiene el siguiente modelo:

$$\text{Colocaciones} = 11.58289 + 0.0955(\text{Horas de Capacitación}) - 0.05689(\text{Horas de inducción}) + 0.1718(\text{Experiencia}) - 0.1463(\text{Edad})$$

Se analizarán a continuación el efecto marginal de cada variable independiente sobre la variable dependiente.

- Por cada hora de capacitación las colocaciones se incrementan en **0.0955**
- Por cada hora de inducción las colocaciones disminuirán en **0.05689**
- Por un año más de experiencia que tenga el asesor las colocaciones se incrementarán en **0.1718**
- Por cada año más de edad que tengan los asesores las colocaciones disminuirán en **0.1463**

Se realizó otro modelo teniendo como variable independiente esta vez el monto y conservando las demás variables

```
. reg monto horasdecapacitacin horasdeinduccin experiencia edad
```

Source	SS	df	MS	Number of obs = 224		
Model	3.5737e+11	4	8.9344e+10	F(4, 219)	=	10.29
Residual	1.9007e+12	219	8.6789e+09	Prob > F	=	0.0000
				R-squared	=	0.1583
				Adj R-squared	=	0.1429
Total	2.2580e+12	223	1.0126e+10	Root MSE	=	93160

monto	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
horasdecapacitacin	860.502	218.9877	3.93	0.000	428.9089	1292.095
horasdeinduccin	1157.32	1000.471	1.16	0.249	-814.465	3129.104
experiencia	14752.77	3196.528	4.62	0.000	8452.874	21052.66
edad	-4187.275	1509.623	-2.77	0.006	-7162.523	-1212.027
_cons	177971.2	47834.52	3.72	0.000	83696.26	272246.1

Resultados:

TABLA 17: Modelo de regresión lineal, Variable independiente Monto

Variable	Coeficiente
Horas de capacitación	860,502
	(218,9877)
Horas de inducción	1157,32
	(100,471)
Experiencia	14752,77
	(3196,528)
Edad	-4187,275
	(1509,623)
Constante	177971,2
	(47834,52)

Fuente: Propia, Elaboración: Propia

$$\text{Colocaciones} = 177971.2 + 860.502(\text{Horas de Capacitación}) + 1157.32(\text{Horas de inducción}) + 14752.77(\text{Experiencia}) - 4187.275(\text{Edad})$$

Se analizarán a continuación el efecto marginal de cada variable independiente sobre la variable dependiente.

- Por cada hora de capacitación el monto se incrementa en **860.502**
- Por cada hora de inducción el monto se incrementará en **1157.32**
- Por un año más de experiencia que tenga el asesor el monto se incrementará en **14752.77**
- Por cada año más de edad que tengan los asesores el monto disminuirá en **4187.275**

Finalmente en las bases de datos brindadas por MIBANCO se encuentran la evolución de las variables por meses, es decir a través del tiempo y por lo tanto podremos utilizarlas para poder tener un modelo mucho más real. Se hará uso de panel data.

La base de datos utilizada en este documento tiene un valor mayor al tener el historial de cada vendedor de créditos.

Así, en los modelos anteriores se asume que las características no observables de los vendedores (como habilidades de negociación, empatía y otras variables que impactan en el número y monto de las colocaciones) varían también aleatoriamente entre los individuos.

Así, se procedió con la estimación de datos panel pero con efectos fijos. Donde se asume que las características no observables se encuentran correlacionadas con el resto de variables independientes.

```
. xtreg colocaciones horasdecapacitacin horasdeinduccin experiencia edad, fe
```

```
Fixed-effects (within) regression           Number of obs   =       223
Group variable: id                         Number of groups =        28

R-sq:  within = 0.0913                     Obs per group:  min =         1
        between = 0.0054                      avg =         8.0
        overall = 0.0063                     max =        13

                                           F(4,191)        =        4.80
corr(u_i, Xb) = -0.8660                     Prob > F         =       0.0010
```

colocaciones	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
horasdecapacitacin	.0787118	.0228445	3.45	0.001	.0336519	.1237716
horasdeinduccin	.1569432	.1437216	1.09	0.276	-.1265422	.4404287
experiencia	.0120586	.3722133	0.03	0.974	-.722118	.7462353
edad	-1.373902	1.08349	-1.27	0.206	-3.511046	.7632415
_cons	53.6206	35.98368	1.49	0.138	-17.35584	124.597
sigma_u	10.077386					
sigma_e	4.0639057					
rho	.86012142	(fraction of variance due to u_i)				

```
F test that all u_i=0:      F(27, 191) =      3.12          Prob > F = 0.0000
```

Resultados:

TABLA 18; Modelo de regresión Panel Data, Variable independiente Colocaciones

Variable	Coeficiente
Horas de capacitación	0.0787118
	(0.0228445)
Horas de inducción	0.1569432
	(0.1437216)
Experiencia	0.0120586
	(0.3722133)
Edad	-1.373902
	(1.08349)
Constante	53.6206
	(35.98368)

Fuente: Propia, Elaboración: Propia

$$\text{Colocaciones} = 53.6206 + 0.0787(\text{Horas de Capacitación}) + 0.1569(\text{Horas de inducción}) + 0.0120 (\text{Experiencia}) - 1.3739(\text{Edad})$$

Se analizarán a continuación el efecto marginal de cada variable independiente sobre la variable dependiente.

- Por cada hora de capacitación las colocaciones se incrementan en **0.0787**
- Por cada hora de inducción las colocaciones se incrementan en **0.1569**
- Por un año más de experiencia que tenga el asesor las colocaciones se incrementarán en **0.0120**
- Por cada año más de edad que tengan los asesores las colocaciones disminuirán en **1.3739**

CAPÍTULO 5 - CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Se concluye que el nivel de colocaciones en Mibanco Arequipa matriz en el periodo Abril 2015- Marzo 2016 tiene una relación directa ya que como pudimos ver en las gráficas anteriores ambas han tenido una tendencia creciente, claro está que este no es el único factor que afecta a las colocaciones ya que hay otros.
- Se concluye que el proceso de inducción en Mibanco agencia Arequipa Matriz se da de dos maneras, escuela de formación para asesores e inducción general para todo colaborador nuevo del área de negocios. Los cursos Tratados en la escuela de negocios ponen énfasis en capacitar al futuro asesor de negocios con la finalidad que pueda realizar sus labores diarias con facilidad, pues gran parte de estos cursos se enfocan en normativa de la institución y conocimientos técnicos de evaluación. Por otro lado la inducción para el personal de negocios proveniente de otras instituciones consta de cursos donde este aprenderá de la normativa del banco y genética del grupo principalmente. Ya que se supone que los asesores que provienen de otras entidades ya tienen conocimientos técnicos y solo necesitan familiarizarse con la institución.
- Como se vio anteriormente los cursos que se tocan en la capacitación de Mibanco agencia Arequipa Matriz principalmente tratan de regulación bancaria, campañas y productos, a la misma vez aseguran el conocimiento del asesor mediante evaluaciones al finalizar.
- Como se vio el trabajador de Mibanco agencia Arequipa Matriz son hombres y mujeres con edad promedio de 33 a 35 años y un nivel de experiencia en el rubro de 4 a 5 años.
- Como se vio anteriormente la tendencia del promedio de colocaciones en Mibanco agencia Arequipa Matriz ha ido en aumento durante el periodo abril 2015- marzo 2016 ya que en el primero se situaba en 9 y al final del periodo estaba en 14.

- Se concluye que el nivel de colocaciones en Mibanco Arequipa matriz en el periodo Abril 2015- Marzo 2016 tiene una relación directa con la capacitación brindada al área de negocios, ya que como pudimos ver en las gráficas anteriores ambas han tenido una tendencia creciente. Al igual que con los modelos planteados se ha encontrado evidencia de una relación positiva entre estas variables.

Claro está que este no es el único factor que afecta a las colocaciones ya que existen diversas variables independientes.

BIBLIOGRAFÍA

Alles, M. (2008). *Desarrollo del talento humano basado en competencias*. Buenos Aires.

Banco Central de Reserva. (2016).

Banco de Reserva del Perú. (2012). *BCRP*. Recuperado el Noviembre de 2015, de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Glosario/Glosario-BCRP.pdf>

Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional: La dinámica del éxito en las organizaciones*. México: Mc Graw Hill.

Equilibrium. (29 de marzo de 2016). *Equilibrium*. Recuperado el 13 de Marzo de 2016, de <http://www.equilibrium.com.pe/Mibanco.pdf>

Ley general de sociedades. (s.f.). *Ley general de sociedades*.

MIBANCO. (2015). *Superintendencia del Mercado de Valores*. Recuperado el 13 de Marzo de 2016, de <http://www.smv.gob.pe/ConsultasP8/temp/Memoria%20Mibanco%20Anual%202015.pdf>

MIBANCO Arequipa Matriz. (2016). *Consolidado información*. Arequipa.

Ministerio de trabajo. (2015).

Rutty, M. (2007). *Evaluación del impacto en la capacitación de recursos humanos*. Buenos Aires.

Servitje Sendra, L. (2005). *Mejor Capacitación, mayor productividad*.

Siliceo Aguilar, A. (2007). *Capacitación y desarrollo de personal*, México D. F.

Soto, E., Valenzuela, P., & Vergara, H. (2003). *Evaluación del impacto de la capacitación en la productividad*. Chile.

Superintendencia de Banca y Seguros. (2016). *Superintendencia de Banca y Seguros*. Recuperado el Marzo de 2016, de Superintendencia de Banca y Seguros: <http://www.sbs.gob.pe/principal/noticias/noticia/sbs-publica-mayor-informacion-sobre-el-costos-de-los-creditos/63>

Valda, J. C. (2010). *Las pequeñas y microempresas como alternativas de solución al problema del desempleo y de la pobreza en el Perú*.

Villarán, F. (2010). *Las PYMEs en la estructura empresarial peruana*. Recuperado el 2016, de <http://decon.edu.uy/network/panama/VILLARAN.PDF>

Werther, Jr.; William, B. y Davis, K. (1998). *Administración de personal y recursos humanos*, México D. F.

ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de recojo de datos

- 1. ¿Cuántas horas duro tu proceso de inducción en la institución (si formaste parte de la escuela asesores cuéntalo dentro de este proceso)**
-

- 2. ¿Cuáles fueron los temas que se trataron dentro de la inducción?**

- a) Política del banco
- b) Productos de banco
- c) Normativa crediticia
- d) Campañas vigentes
- e) Conceptos técnicos (EEFF, metodología de evaluación, clínicas de ventas)

- 3. ¿Cuál fue tu promedio de notas en la inducción brindada por Mibanco?**

- a) De 0 a 5
- b) De 5 a 10
- c) De 10 a 13
- d) De 13 a 17
- e) De 17 a 20

- 4. ¿Cuántas horas de capacitación llevas acumuladas en Mibanco a Mayo del 2016?**
-

- 5. ¿Cuáles fueron los temas que se trataron en las capacitaciones con más ahínco?**

- a) Política del banco
- b) Productos de banco
- c) Normativa crediticia
- d) Campañas vigentes
- e) Conceptos técnicos (EEFF, metodología de evaluación, clínicas de ventas)

6. ¿Cuál fue tu promedio de notas en la capacitación brindada en Mibanco?

- a) De 0 a 5**
- b) De 5 a 10**
- c) De 10 a 13**
- d) De 13 a 17**
- e) De 17 a 20**

7. ¿En promedio cuantas colocaciones pusiste en el periodo de Abril 2015- mayo 2016?

DATOS DE CONTROL

EDAD:

- | | |
|-------------------|-----------------------|
| a) 20 – 25 | C) 31 – 35 |
| b) 25 – 30 | D) 36 – A MÁS |

SEXO:

M ☐ **F** ☐

8. ¿Cuál es su experiencia en el sector?

ANEXO 2: Plan de recolección de datos

Plan de recolección

TABLA 19: Plan de recolección

PLAN	
Objetivo	Aplicar el instrumento a toda la población conformada por 20 trabajadores del área de negocios de Mibanco.
Unidades de análisis	-Número de colocaciones. -Conocimientos sobre temas crediticios
Método	Deductivo e inductivo pues analizaremos la base de datos brindada por Mibanco.

Fuente: Propia, Elaboración: Propia

Elementos del plan

TABLA 20: Elementos del Plan

Elementos del plan	
Variable a medir	Número de colocaciones al mes
Definición operacional e instrumento	Cálculo del número de colocaciones que se hizo al mes.
Población	20 trabajadores
Recursos	Económicos: 1200 soles Tiempo. 3 meses

Fuente: Propia, Elaboración: Propia